

『新商品開発の要点と商品リニューアルの進め方』

— アイデア発想法とコンセプト立案の基礎講座 —

日時：2019年4月22日(月) 10:20~16:40

講師：K-MAXコンサルティング 代表 河合 正嗣氏

1. 商品開発の基本プロセスとは？

- (1) 商品開発の構成要素 (2) 勝つための商品開発
- (3) 商品開発のプロセス
- (4) マクロ環境を把握する「トレンド分析」
- (5) 市場を把握する「市場・競合分析」
- (6) 社内を把握する「自社資源分析」
- (7) 顧客を把握する「顧客分析」

2. 既存商品を見直すために行うこと

- (1) 既存商品リニューアル立案のプロセス (事例)
- (2) 既存商品の現状を分析する (ポジショニング分析)
- (3) 既存商品の問題点を洗い出す
【グループワーク】欠点列挙法による分析

3. 誰に売するのかターゲットを再度考え直す

- (1) ターゲットの設定法
【グループワーク】新たなターゲットの設定
- (2) ターゲットの潜在ニーズの発想
【グループワーク】ターゲットの潜在ニーズを発掘
- (3) 潜在ニーズから仮説の設定法
【グループワーク】仮説の設定

【開催にあたって】商品開発の現場では、新任担当者が必ず押さえておくべき基本プロセスが存在します。また商品リニューアルを検討する際にも、単純に改善ポイントを見つけるのではなく、新商品開発と同様の手順を踏みながら検討を進めることが必要です。今回の講習では、商品開発担当者が必要な、基礎知識と具体的な手順を演習を通して習得していただきます。

※本セミナーは多くのグループワークがありますので、他社からご参加の方々との意見交換も可能です。

4. 新たな商品のアイデアを発想する

- (1) アイデア発想法の原理
- (2) アイデア発想法1
==ブレインライティング (635) 法
【グループワーク】
ブレインライティング (635) 法の実践
- (3) アイデア発想法2 ==逆設定法
【グループワーク】逆設定法の実践

5. 新たな商品のコンセプトを創造する

- (1) アイデアをグルーピングする
- (2) マッピングを構成する
- (3) ユーザーベネフィットに転換する
- (4) マッピングから商品コンセプトにまとめる
【グループワーク】商品コンセプト創造の実践

6. リニューアル商品の売り方を考える

- (1) ネーミングの見直し (2) 価格の見直し
- (3) 流通の見直し (4) 販売促進の見直し

【講師略歴】1983年早稲田大学社会科学部卒業。同年(株)ポッカコーポレーション (現ポッカサッポロフード&ビバレッジ) に入社し、営業、営業企画、マーケティングなどに従事。1997年同社退社後に独立。現在は主に新商品開発や企画立案、提案営業についてのコンサルティングに従事し、数多くの企業で実績を上げている。また、各地の商工会議所、中小企業大学校での講師も務める。著書：『<ヒット!>商品開発バイブル』(共著、アスカ出版社、2001)、『勝つマーケティングの教科書』(中経出版、2005) など

申込方法

- 1. 右の申込書に必要事項をご記入の上 FAXにてお申し込み下さい。開催日の1カ月ほど前に請求書と会場案内をお送り致します。(開催日の1週間前までに届かない場合はご連絡下さい。)
- 2. 受講票は発行しておりません。当日、直接会場にお出下さい。
- 3. 申込み後のキャンセルはお受けできません。万一、ご本人が御参加できなくなった場合は、代理の方でもかまいません。

会場：東京都千代田区 半蔵門 JCIIビル 6階会議室
 受講料：1名につき 29,800円 (昼食代込・消費税8%含)
 振込先：みずほ銀行 麹町支店 (普) 口座番号 (1474263)
 口座名：工業技術会株式会社
 開催日の10日前までに受講料を銀行振込でお支払い下さい。

◆申込先
工業技術会 (株)
 〒102-0082
 東京都千代田区
 一番町3-7 3F
 TEL：03(3239)5966(代)
 FAX：
 03(3239)5962

19/04/22 E 「新商品開発と商品リニューアル」	住所 〒
会社名	
部署名	TEL
氏名	FAX
e-mail :	