

北海道食品製造業 マーケティングセミナー in 岩見沢

参加者募集!

道では、HACCP専門講習会（3日コース）の開催に引き続き、昨今の食品業界の変化や市場ニーズの動きに応じたマーケティング戦略のご検討に役立てていただくため、マーケティングセミナーを開催いたします。

講師には、長らく国内流通業界でマーケティングのマネジメントに携わり、現在は、6次産業化サポートセンターのプランナーや中小企業大学の講師などを務められている加藤義一氏をお迎えします。

この機会に、経営総務部門、営業企画部門、生産管理部門など、食品製造業等のさまざまな部門に携わる方々に是非ご参加いただき、御社の業務に活かしていただきたいと思いますので、皆様のご参加をお待ちしております。

日時：平成27年11月20日（金）10:00～16:30

場所：空知総合振興局 5階会議室

（岩見沢市8条西5丁目 TEL:0126-20-0063(商工労働観光課)）

定員：30名程度

参加費：無料

お申し込み：裏面の参加申込書に必要事項をご記入の上、**11月16日（月）**までにFAXにてお申し込みください。

FAX：011-232-8860（北海道経済部食関連産業室）

プログラム

マーケティングの基本と食品に関する環境の変化

- | | |
|-------------|--|
| 10:00～12:00 | ・ マーケティングと顧客ニーズ（SWOT分析とマーケティング3大要旨）
・ 食品に関する環境の変化 |
| 13:00～15:00 | ・ 経験情報から先行情報の収集、活用へ
・ 商品戦略から販売戦略へ |
| 15:00～16:30 | ・ 顧客視点とバイヤー視点 |

プランニングオフィス“YK” 代表 加藤義一氏

1973年（昭和48年）（株）ダイエー入社 大阪本部営業統括本部をはじめ東京や北海道で営業企画部門に携わり、2001年（平成13年）に北海道で流通分野マーケティングコンサルタントを目指し独立。これまで、北海道中小企業総合支援センターや北海道中小企業基盤整備機構などの依頼を受けてマーケティングのアドバイザーや講師をはじめ、6次産業化のプランナーなどとして、精力的に道内各地を巡られている。

【お問い合わせ先】 北海道経済部食関連産業室（担当：向平、佐藤）
札幌市中央区北3条西6丁目 TEL：011-204-5312 FAX：011-232-8860

時間	テーマ	内容
10:00~ 12:00	【PART1.】 ■我々の身の回り変化を考える。 ●「マーケティングの基本」と「食品」に関する環境変化。	■マーケティングの考え方の基本と変化及び、食品に関わる環境変化を前提とし、トレンドと先行情報収集で方向性を市場と顧客に仮説提案、検証する。 ①「マーケティング」と「顧客ニーズ」とは？ ◆SWOT分析とマーケティングに重要なコンセプトの3大要素(S・T・P)とは？ ◆3要素の具体化とマーケティング(市場戦略)の考え方。 ◆顧客を選び、顧客から選ばれる時代「これまで・これから」とは？ ◆社会、経済のあり方先行情報。近年の「顧客・市場」のトレンド？ ◆マーケティング関連の「KeyWord」ボリュームとバリュー。 ◆「モノ」&「コト」を売る！とは？ 休憩 ②「食品」に関する環境の変化とは？ ◆「食の環境変化」社会、業界、顧客、企業の変化。 ◆現在の「食」に関するトレンドとは？ ◆「食のニーズ」はお客様の都合？ ◆北海道産の人気と食材のブランド化への展開は？ 休憩 ◆「流通業と食品関連の流通経路」の変化とは？
13:00~ 15:00	【PART2.】 ■自社(自分)の環境、位置付状況を確認、方向は？ ●「環境」「市場」「顧客」ニーズ変化に対応す。	①経験情報<先行情報の収集、活用。> ◆顧客目線で北海道の特性を生かす。 =ナチュラル・フレッシュ・産地= =自然・新鮮・直接= =安心、安全・鮮度、旬・産地加工、本物= ◆顧客目線！そして、商品のライフサイクルの視点を？ ◆商品開発と付加価値作り(独自性)の仮説提案。 ◆ライフスタイルの変化。 ◆市場細分化による6次産業化の仮説について。「一品多客」とは？ 休憩 ②「商品戦略」から「販売戦略」へ？ :戦略と戦術の違いとポイント。 ◆商品戦略、3大要素は？ *商品開発とは？ } *商品企画とは？ } :目的・ライフサイクル等、 *商品政策とは？ } 具体的な項目は？ ◆販売戦略、4P(マーケティングMIX)とは？ *製品(プロダクト)は？ } *価格(プライス)は？ } :ライフシーンで、チャンネルの *流通(プレイス)は？ } 構築が必要！ *SP(プロモーション)は？ } (仮説・検証・改善・実行) 休憩
15:00~ 16:30	【PART3.】 ■自社(自分)を、市場変化を知り、そして顧客を知る。 ●「顧客視点」と「BY視点」とは？	①「顧客視点。」 ◆顧客は、技術より、自分に見合った比較をする。 ◆比較購買の視点！3つのポイントは？ ◆顧客視点が商品力となる？5つの方向とは？ ◆顧客に商品の背景情報提案で情景想像！3つのポイント？ ◆顧客の生活シーンと購入場所マッチングが重要。 休憩 ②「バイヤー視点。」 ◆BYの役割と責任とは？ ◆マーチャンダイザーとバイヤーの違い。 ◆量販店の基本的な商品政策(MD)とは？ ◆BYが商品を仕入れる形態とは？ ◆BYが商品を決める目安と、排除の目安とは？ ◆商品展開の分析と計画の立案は？
	4. まとめ	①マーケティング戦略とは？ ②お客様を基準に、お客様から聞く？ ③我が社のマーケティング。(ドトールCoffeeとスターバックスCoffeeの比較)
	5. 質疑、応答	

F A X 0 1 1 - 2 3 2 - 8 8 6 0

北海道経済部食関連産業室 佐藤あて

申込期限:11月16日(月)

「北海道食品製造業マーケティングセミナーin岩見沢」への参加を申込みます。

企 業 名			
住 所			
所 属		氏 名	
所 属		氏 名	
所 属		氏 名	
所 属		氏 名	
<連絡先> 電話番号		F A X	
E-mail			
御社の主な事業 (取扱製品等)			
セミナーにご出席 される方の主な 業務			

・上記に記載された情報は、研修会以外の目的には使用しません。