



セミナー風景

講師プロフィール

早稲田大学在学中に、アルバイトでやっていた家庭教師が評判を呼び学習塾で起業する。その後、学習塾(株)ATT学院を設立し、個人塾から10校舎に展開し、地域No.1の進学塾に育て上げる。同時期に旅行会社・幼稚園・保育園・専門学校・学習塾など6社(法人)の経営に参画。教育者に付け加え、経営者としての実力が認められ、経営の相談を多数受けるようになる。結果、2000年に20年間の教育業界で培った知識と経験を若手起業家に伝え、多くの経営者を育成するためにATT学院を辞任し、経営コンサルタント会社株式会社ネクストを設立。指導型のコンサルティングスタイルによる差別化が功を奏し、現在までに80社以上の会社設立を指導する。

2002年 起業家サークル(4団体)の主任講師(年間150講座)

2003年 専修大学・日本大学にて就職セミナー講師を担当。

2004年 六本木ヒルズにて「お金持ちセミナー」を開催。

東京都多摩市協賛「ビジネスプランコンテスト」に審査員として参加。

◆セミナーの特徴

- ① 多くの商品開発指導実績やデータに裏付けされた実践的内容
- ② 図解や事例・データを多く用いた、解りやすい解説方法
- ③ 理論と自己開発計画の組み合わせで、自分の盲点や弱点をその場で見つけられる
- ④ 大手企業の開発プロセスのポイントを生かし、小予算で売れる商品開発の手法が学べる
- ⑤ 売れる商品の開発や試作モデルの作成が簡単に小予算でできるようになる

売れる商品開発の手法

- ① 市場弱者が強者に勝てる商品開発戦略マーケティング手法
- ② 利益の出ない商品では疲れるだけ。最大の利益を生む4P
- ③ ターゲットセグメンテーションの手順
- ④ 「意味ある違い」をデザインする差別化とポジショニング

商品力強化の手法(ヒット商品事例研究)

- ① マーケティング的視点で自社商品を見る習慣
- ② 新しい商品価値は市場に伝わりにくい。価値を具現化し提示する方法は?
- ③ 利用シーン(顧客反応)の分析とセグメンテーション
- ④ ブランドマネジメントと消費プロセスに着目した差別化

商品開発計画と目標設定(商品開発事例研究)

- ① 市場情報収集システムと開発チームの編成
- ② 成功する開発チームの仕事スタイルと考え方
- ③ 開発準備計画書とタスクホース成功のポイント
- ④ 開発予算を最小にして成功するための予算配分

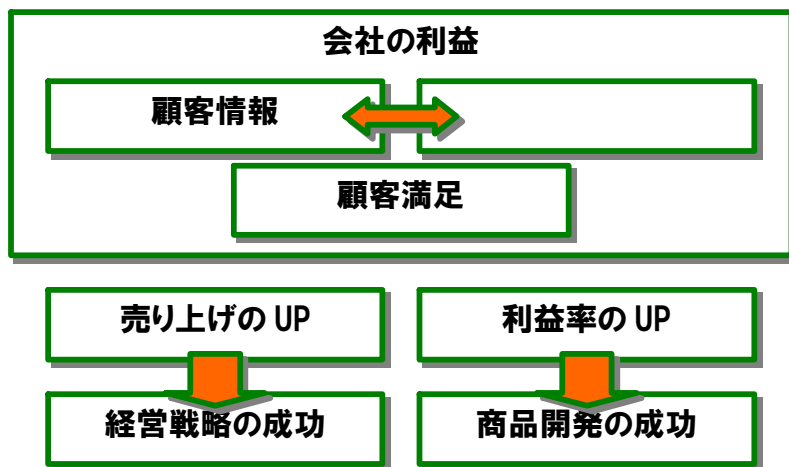
商品のレベルを上げるモニタリング手法

- ① 調査仮説項目とモニタリング計画書
- ② オープンデータの活用で調査予算を最小にする
- ③ モニタリング手順(説明会⇒体験(モニター)⇒データ収集⇒データ分析)
- ④ 最終アンケート分析による商品戦略の見直し

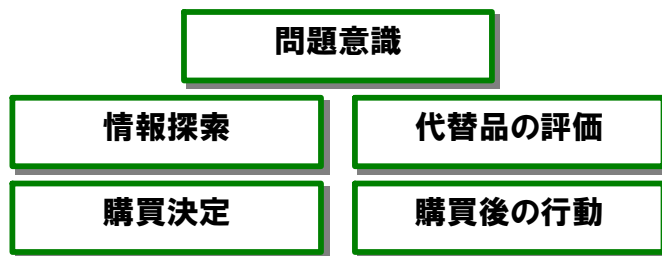
試作品・試作モデルの作成

- ① 開発テーマとスクリーニングと検証(キャッシュポイントの理解)
- ② 開発の方向性を明確にした試作モデルの図解方法
- ③ 自社の開発能力と適切な市場細分化レベル
- ④ 技術勉強会と実地計画の基礎知識

マーケティング戦略と会社の利益関係の



5段階の購買プロセス



最高の広告とは満足した顧客である

マーケティング戦略の4Pと成功の鍵

