

マーケティングを学ぶ

数字を活かす。未来をつくる

アンビシャスグループ
代表・税理士 入口純子

I. マーケティングとは

- フィリップ・コトラー、ピーター・ドラッカー、一倉定

- 経営の目的

- マーケティングとは

II. マーケティング戦略

- マーケティングのフレームワーク

3C 分析

SWOT 分析

PEST 分析

- マーケティングミックス (4 P + P)

- 論理と実学



III. 7つの質問 ～ 数字を活かす ～

- 7つの質問（一倉定）
 - 1. 真の顧客は誰か？
 - 2. 顧客は何を買うのか？
 - 3. 顧客はどのような買い方をするのか？
 - 4. 顧客の好みはどう変わってゆくか？
 - 5. 顧客は何に不満を持っているのか？
 - 6. 販売網とそのチャンネルはいいか？
 - 7. 販売促進活動は妥当か？

- 商品についての考え方

- 価格についての考え方

- 年計表

- ABC 分析

IV. 未来をつくる。中小企業、ベンチャー企業に求められる力

- 未来をつくるとは

- 中小企業、ベンチャー企業に求められる力