

◆事例 12： 変革期の「顧客価値づくりの基本」

・業種： 教育業／公益社団法人・日本マーケティング協会

A.課題： 「よいアイデアを出せるようになりたい・・・」「商品サービスの改良や改善だけでは不安・・・」「イノベーションって実際どうすればできるの・・・」「わが社の事業機会をとらえたい・・・」など、日頃のマーケティング活動に不安を抱えている方、変化の激しい時代の「顧客価値づくりの基本」を若いマーケットターに身につけて貰いたい。

B.提案： 時代がモノづくり中心の「マーケティング 1.0」から顧客中心の「マーケティング 2.0」、そして人間中心の「マーケティング 3.0」へと移行し、人間視点に即したイノベーションの可能性が取り上げられています。

特に将来を担う「マーケティング」と「イノベーション」を統合できる人材の育成が求められています。ヒット商品づくり、新事業づくりに不可欠な「よいアイデア」、この基盤となるイノベティブスキルを効率的・効果的に身に付けていただける講座を提案します。

C.結果： 40社を超える若いマーケットター達が集まり、①創造力（3つのイノベティブスキル）、②日本力（日本文化の方法）、③解決力（グランデデザインと実践）④ミニ演習とチーム発表という流れで、変革期の「顧客価値づくりの基本」を習得する若手マーケットター育成講座となった。アンケート結果では、「大変参考になった／大変役立つ」の回答が9割を超えることとなった。