

展示会で新規客を
もっと獲得したい企業
のための

顧客を獲得する

マーケティング 3つのポイント

～市場を知る、顧客を知る、自社を知る～

■ このような方へオススメ

- ☑ 新規顧客を増やしたいが、何をすれば成功するか判らない
- ☑ 展示会に出ているけど、費用以上の成果が上がらない
- ☑ マーケティングについてもっと詳しく知り、活かしたい
- ☑ すぐに実践に活かせるマーケティング術を知りたい

感性マーケティングの
定量化・体系化の
生みの親



講師

一般社団法人日本マーケティング・リテラシー協会

代表理事 **森田 広一 氏**

東京都出身。大学時代に芸術心理学を学び広告代理店に入社、その後コンサルティングファーム役員経験を経て、2012年一般社団法人日本マーケティング・リテラシー協会(JMLA)を設立、代表理事就任。現在2種の認定資格講座「マーケティング解析士」「商品企画士」を開設運営している。

日経情報ストラテジー「経営の未来を読み解く」連載。著書に、日経BP『金融ITイノベーション』、『図解と実例でわかる事業戦略実践ブック』(日本実業出版社刊)、『マーケティング解析士検定テキスト』(JMLA)がある。

日時

平成**29**年**5**月**17**日(水)

- ・セミナー 15:00～17:00 (受付14:30～)
- ・懇親会 17:30～20:00

会場

- ・セミナー 三条商工会議所会館 5F研修室
- ・懇親会 よね蔵 県央店

参加費

5,000円 (税込)

※セミナー後に懇親会を行います
(懇親会費:5,000円/税込)

定員

先着**20**名

締切5月15日(月)
定員になり次第締切

内容

理論だけでなく、どのように使いこなすのか。

各種事例をもとに人間の「感性」をどのようにマーケティングに役立たせるのか解りやすくご説明します。

[詳細]日本の企業の強みと弱み/ブランディングとは何か/何故、ブランディングが必要か/ブランディングに必要な事/
『感性マーケティング』の必要性/自社のポジションを把握するスキルを身に着ける=3C/
マーケティングフレームを使って考える=4P/展示会への応用①集客・選別・アフターフォロー/
展示会への応用②選別のためのアンケート設計/3C、4Pの使い方が鍵/マーケティング・リサーチの重要性/
KKD経営の弊害/マネジメントの仕組み(RPDCA)/成長発展し続けるために！ / *ワークショップ『SWOT分析』

お申込みはこちらから

FAX 0256-92-3724 もしくは HPより

ご希望内容の□にチェックを入れてください

問合せ:高橋

TEL: 0256-92-3724

E-mail: info@samanthaheart.com

セミナーのみ参加 セミナー・懇親会両方参加 参加できないが「マーケティング」について話が聞きたい・相談したい

会社名	参加者お名前
ご住所 〒	TEL
E-mail	FAX