

データ分析・マーケティング研修

対象者

ビジネスデータ分析について基礎的な考え方、スキルを身につけたい方など

研修のねらい

- ①データ分析及び分析結果の活用に基づくマーケティング戦略の為のアプローチを学ぶ。（論理的思考）
- ②アイデアを形にする発想法を学ぶ。（創造的思考）
- ③保有のデータを元に、データ分析からマーケティング戦略作成までの一連のプロセスを実践することで、論理的思考と創造的思考を活用した問題解決のプロセスを身につける。

タイムスケジュール

時間	内 容	概 要
9:00	1. マーケティング戦略の基本 ①環境分析 ②基本戦略（成長戦略と競争戦略） ③基本施策（STP,3C(4C),SWOT）	・ マーケティング戦略の基本の考え方と各種フレームワークについて講義を行い、ワークを通して自身の係わるビジネスについてのマーケティング戦略思考を高める。
研修 時間 8H 休憩含	2. 新たな価値を生み出すデータ分析活用 ①目的と目標の設定 ②価値を生み出すPDCA ③定性情報と定量情報	・ 新たな価値を生み出すデータ分析活用を含む一連のマーケティング活動において核となるPDCAサイクルとデータ種類とポイントを学ぶ。
	3. 論理的思考による問題解決アプローチ ①課題・原因・解決・効果プロセス ②原因と仮説 ③情報収集 ④データ分析 ⑤ケーススタディ	・ 問題解決のためのデータ分析に必要な論理的思考に基づく課題・原因・解決・効果プロセスについてワークシートを用いて習得。仮説思考、情報収集、データ分析について基本的なアプローチを学び、ケーススタディで実践的への知識の応用を身につける。
	4. 創造的思考によるアイデア発想 ①問題を発見する ②問いを立てる ③アイデア発想法（データ分析活用も含む） ④解決策の選定 ⑤ケーススタディ	・ 論理的アプローチで明確になった課題と原因に対しての解決策について創造的なアイデア発想法を学ぶ。また、アイデアの絞り込みや評価などの選定プロセスを習得し、ケーススタディを通してデータ分析に基づく新サービスの開発事例を体感する。
	5. テスト・評価・分析プロセス及び実行のためのスケジュールリング手法 ①テストマーケティングと評価基準 ②実行スケジュール、実践ワーク	・ 創造的アイデア発想で絞り込んだ解決策をテストして評価分析するプロセスと実行スケジュールに落とし込む手法を身につける。また、本研修で学んだことを今後の新サービス開発に向けた行動スケジュールに落とし込むワークを実践する。
17:00		