

JMA九州オンラインワークショップ 仮説力・企画カトレーニング講座 ～逆算マーケティングで人を動かす企画のポイントをつかむ!～

実施
報告

日時：2021年3月24日(水) 13:30～17:30 【オンライン講座】

講師よりひとこと

“ヒット商品”を 逆算マーケティングで徹底解剖 仮説や企画のツボが分かる!



丸山 泰氏
熊本県立大学
総合管理学部 教授
地域連携政策センター長

本講座では、マーケティングプランニングの基本フレーム(定石)を徹底的に活用し、仮説力と企画力を身に付けます。“ヒット商品”を企画者になったつもりで発売前にさかのぼり仮説や企画を想像して考えていく「逆算マーケティング」の手法を、自ら実際にワークすることで、仮説や企画のキーポイントや課題の本質に迫る視点を体験しました。リモートながら、レクチャーだけでなく自ら課題に取り組み、講師や仲間と共有することで、学びを深め、仮説と企画の「思考の型」を身に付けることができましたと思います。



●今回の講座のまとめ URL <https://note.com/yasumaru212/n/n11fe2a1a0f07>



日本マーケティング協会九州支部では、年間を通してシンポジウム・講演会・セミナーなど様々な事業を実施しています。九州に密着し実践に即した内容を心掛け、会員各社のマーケティング戦略にお役にたてるプログラムを展開しています。

受講生よりひとこと

順不同

「共感」の重要性を再認識



㈱毎日放送
井上 渉氏

「共感」の大切さを改めて感じさせられた講座でした。テレビがネットに押されているという時代ですが、ネットに負けない高視聴率番組には何らかの「共感」要素があるのだと思いました。今回は特にSTP設計のワークショップが印象的でしたが、テーマでもある仮説力と企画力をクライアント、視聴者、そして放送局が「共感」できるポイントを見つけることに実践できるよう、多角的な視点で見つめ直そうと思います。

効果を感じられる講座でした!



エレコム㈱
服部 なつみ氏

オンラインでの参加でしたが、とても有意義な時間を過ごせました。特に逆算マーケティング・トレーニングは、週に1回以上はやるよう心がけています。

今までも多くのフレームワークは試しましたが、企画に結びつくように情報を整理するのが難しいことが多かったです。今回受講後トレーニングを重ねることで、以前より企画として足りない部分に気づけるようになってきたと思います。効果感の高い講座でした。ありがとうございました!

感覚的にやっていたことがクリアになりました



㈱DNPコミュニケーションデザイン
上温湯 隼一氏

約4時間、これほど長時間のオンライン講習は経験がなかったため、興味半分、不安半分という感じでした。終わってみればあっという間で、むしろ短く感じるほど。私は普段企画職に携わっておりますが、提案の際に感覚的にやっていたこと、なかなか整理できていなかったことを見事に言語化してもらえた感じです。ヒット商品の「舞台裏」を妄想し続ける!これができる、なんだか面白いことができそうです。

企画力育成はインプットから



㈱西日本新聞社
児玉 愛氏

企画を考えるとき、私はまず、同様のコンセプトらしきものを参考にしがちです。知識と経験が少ないからこそ、既存の企画を学ぶ必要があると考えているからです。ただ、参考にしたものを面白いと思えるものにするには追加要素が必要です。「ヒットしたものから逆算するマーケティング」はとても興味深かったです。

知識の引き出しを増やすことが、面白いと感じてもらえる企画作りの第一歩なのだと感じました。

遠回りの大切さ。



㈱アドコム
吉本 大河氏

今まで何かを考える時に遠回りをするのを避けていましたが、遠回りの大切さを学べた貴重な時間でした。“なぜ”を考え抜くことは遠回りですが、マーケティングでは重要であり、一番怠ってはいけない部分だと再認識ができました。グループワークでも様々な視点からのアイデアが出されて、楽しい時間を過ごせました。

本セミナーで学んだことを活かし、常にアンテナを張って今後の業務に繋げていきます。ありがとうございました。

プロダクトを紐解くトレーニングを日々実践したい



㈱新出光
筒井 萌氏

オンラインによる半日の講座でしたが、Jamboardを使用しリアルタイムで意見を出し合ったり、フレームワークもPPTを使用することで、対面と同じくらい効果的な講座でした。環境分析にしても、企画のコンセプトやストーリーを考えるにしても自分の想像力が試されるのだと改めて実感。実際にヒット商品や身近なプロダクトを自分で紐解くトレーニングはとても有意義と感じたので日々実践していこうと思いました!

逆から仮説を立てて思考する



㈱電通九州
弓場 賢一郎氏

サービスや商品の差別化がますます難しくなっている昨今、マーケティングデザインの基本を改めて学びなおす良い機会になりました。

既に世の中でヒットしたサービスや商品をモチーフにし、マーケティング分析の基本の型を意識しつつ、サービスや商品の開発スタートに遡って逆から仮説を立てて思考することで、企画力のトレーニングに繋がるというアプローチはユニークでした。

思考法はツール。反復練習で修得ができる



㈱YUIDEA
佐々木 真実氏

日頃の業務と近い領域でありながら、直接関与する部分ではなかったため、ハードルが高いのではないかと心配がありました。しかし、講義の内容はワークショップが多く、いかに日頃から周りの出来事に関心を持ち、誰かがアウトプットに至ったプロセスを逆算するというのが大事で、また反復練習により能力を鍛えることができるのだと教わり、講義の間にも自分の成長を感じることができ、参加して良かったと思いました。