



利益を上げる「顧客データ」活用講座

# 中小企業でもできるビッグデータ分析とCRM

眠っている宝の山を売上げにしませんか？

## 研修目的

- (1) 大企業のビッグデータ分析の考えを中小企業ができる手法で実践する
- (2) VIP顧客に新規顧客を呼んできてもらう仕組みを構築する
- (3) 商売で最も大事なおなじみさんに愛される企業になる手法を学ぶ

**日時** 平成29年 **8月22日(火)**  
9:30~16:30

**会場** 京都商工会議所(京都市中京区烏丸通夷川上ル)  
※京都市営地下鉄丸太町 駅南6番出口直結

**受講料** 京都商工会議所会員 **19,440円**  
一般 **29,160円**  
※消費税込

**講師** マーケティングアイズ株式会社 代表取締役  
りお めぐる  
**理央 周氏**



フィリップモリスなどを経て、インディアナ大学にてMBAを取得。アマゾンジャパン、マスターカードなどで、マーケティング・マネージャーを歴任。2010年に起業し、日本企業のアメリカ進出支援、コンサルティング、社員研修を提供。著書『なぜか売れるの公式』(日本経済新聞出版社)の他、テレビ出演、新聞・雑誌の連載・寄稿も多数。関西学院大学准教授。本名：児玉洋典。

### 1. マーケティングとは

- (1) 企業経営の中でマーケティングが果たす役割
- (2) 商品・サービス：「自社独自の強み」を発見し値引き合戦から抜け出す
- (3) 顧客：ターゲット設定の基本手法を知る
- (4) コミュニケーション：お客様に響くメッセージを最短距離で届けるには

### 2. ターゲット設定の重要性

お客様の本音を探り、真のお客様を探し当てるマトリックス思考

### 3. 異なる顧客層に何を売るべきかを見つけ出すための個別ワークと発表

【演習】

### 4. 言うべきメッセージが異なるおなじみさん、ご無沙汰さん、一見さんにどんなメッセージをどう創るべきか？

### 5. 既存顧客にもっとも効率的に届くメディアを知る

- (1) 紙媒体はDM、ニュースレター。ネット媒体はLINE@を活用
- (2) 成果を出した中小企業の実例に学ぶ「売れるDM」の創り方

### 6. 顧客設定=ターゲティングを深掘りする

- (1) 顧客とは誰か？BtoBとBtoCのターゲティングの違いはなにか？
- (2) 対企業向けの顧客分類の手法

### 7. 競合との優位性を知り、市場でのチャンスを発見するポジショニング

【演習】

### 8. 顧客関係性をマネジメントする顧客価値の見つけ方

- (1) 顧客データの見つけ方
- (2) CRMからひもとく顧客獲得手法
- (3) 顧客獲得の仕組みを構築するワーク

【演習】

### 9. 本日のまとめと決意表明

お申込み・お問合せ／京都商工会議所 会員部 人材開発センター (〒604-0862 京都市中京区烏丸通夷川上ル)

**1** FAXまたはwebサイトからお申込み下さい。  
▶FAX：075-222-2612 TEL：075-212-6446  
e-mail：jinzai@kyo.or.jp  
▶京商ビジネススクール で **検索** (URL：http://www.kyo.or.jp/jinzai/)

**2** お申込み後、速やかに下記口座までお振込み下さい。振込手数料はご負担頂きますようお願い致します。  
▶京都銀行 本店営業部 (普) No.5017759  
口座名：京都商工会議所 研修口

※開催日の1週間前に受講証をFAX致します。なお、申込人数が少ない場合には開催を取りやめる事があります。

※開催日の5営業日前を過ぎてからの受講取消については受講料の返金をいたしかねますので、ご了承ください。ただし、代理出席は可能です。その際はお早めにご連絡ください。

## H29年8月22日 040 『中小企業でもできるビッグデータ分析とCRM』 申込書

会社名	事業内容		TEL		
所在地	〒		FAX		
受講料	円 × 名分	振込日	月 日 (振込・振込予定)	請求書 (○印)	要・不要
申込責任者	所属(役職)名		e-mail		
受講者名 (フリガナ)	所属部署名 (役職名)		e-mail		年齢

本申込書にご記入いただいた個人情報は、本講座の実施・運営のために利用するほか、京都商工会議所に関する各種情報提供の目的にのみ使用致します。

★人材開発センターではオーダーメイド研修の実施、講師派遣も行っております。お気軽にお問合せ下さい★