事例Ⅱ ファイナルペーパー

1. 心構え

・絶対に受かる実力を持っているので大丈夫。自分を信じること。

1. 事例Ⅱの手順
2. 受験番号を記載する
3. 事例Ⅱは段落番号をフらない
4. 設問文を読む(〜10分)
	1. 「連携」「ターゲット」「助言は効果を書く」と紙に記入する
	2. 青色ペンで制約事項に印をつける
	3. 答えを想像して関連するキーワードやメリデメなどを記載する
	4. 解答の型を記載する
5. 与件文を読む(〜20分)
	1. 赤色は強みや機会などポジティブな表現をチェック
	2. 特にキーワードとして引っかかる内容は⭐︎マークをつける
	3. 青色は弱みや脅威などネガティブな表現をチェック
	4. 経営資源は緑色で囲み、⭐︎マークをつけてチェック
	5. ターゲットが出ていきたら緑Tとチェックし、設問文の余白にターゲット表を作っていく。
	6. ターゲット表は、ターゲット、ターゲットのニーズ（製品など）、販売方法などを4Pを意識して記載する
6. 解く設問順の優先度を付ける。
7. 設問を解いて解答を書く(ウジョウ方式はメモ作成はしない。設問と解答をセットに書く)
	1. 設問と解答をセットに書くことで心の余裕をもつ
	2. 万が一、全ての文章を消してもまだリカバリー可能
	3. 1問目が終わった時点で残り40分が目安
8. 事例Ⅱの特徴と攻略法
	* 1. テーマは「売上向上」「地域活性化」
		2. 外部環境のニーズが大事
		3. 施策は、「強み」と「機会」を活かして合理的に実行でき社長の思いに沿った施策を考える
		4. 強みを活かすために経営資源を活用し、弱みを克服するために地元（企業）と連携する
		5. ターゲットの考え方はデモ（人口動態的変数）・ジオ（地理的変数）・サイコ（心理的変数）・行動変数の切り口で考える
		6. 顧客は「新規顧客」と「既存顧客」を分けて考える。
		7. 過去の成功体験には必ず具体的施策のヒントがある
		8. 売上は分解（客数増加✖️客単価増）

・客数増加＝新規顧客（認知向上とブランド力向上）

＋既存顧客（顧客満足度向上、顧客との関係性向上、ブランド力向上）

・客単価向上＝高付加価値化（サービス品質向上、差別化、ブランド力向上）

＋関連購買増加（関連商品品揃え追加、関連サービスの提供）

1. 事例Ⅱのキーワード
	1. オンラインサイト活用事例
		1. 顧客を製品づくりに巻き込む系

掲示板設置→顧客に用途のアイデアを聞く→新製品開発→試作品提供

→試作品の感想、投票を投稿してもらう→意見交換→新製品開発に活かす

* + 1. 情報発信と情報収集
			1. SNSを活用した情報交流
			2. ブログを活用した情報発信
	1. サービスマーケティング・インターナルマーケティングの施策キーワード
		1. 講習会・研修会への参加
		2. 透明性のある昇給制度、達成度に応じたインセンティブ
		3. 従業員との会話
		4. 権限移譲、表彰制度、資格取得支援制度
		5. 従業員のアイデアを取り入れる
	2. ソーシャルマーケティング
		1. CRM→環境整備事業への寄付、商店街活動への寄付などの寄付活動
		2. エコ活動→ゴミのリサイクル、ポイントの自治体還元、マイバックの紹介など
1. 具体的な施策事例

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 施策考案の根拠ワード | 施策の方向性 | 具体的な施策事例 |
| 家族連れをターゲットとするなら | 子供参加できる施策を提案 | 託児所、親子教室など |
| 高齢者をターゲットとするなら | 健康・長寿をできる施策を提案 | 健康な食材の提案健康の秘訣を教えるなど |
| 女性がターゲットなら | 美容・健康に向いた施策を提案 | 相談会、試食や試飲など |
| 継続的な顧客関係の継続 | 顧客に会いにいく施策を提案 | メンテナンス、配送、送迎、訪問 |
| 協業先があるなら | 協業先の強みを活かし、B社の弱みを補完する施策 | 飲食店ならコラボメニューの開発 |
| 工場をもつ会社なら | とりあえず見学させる | 工場見学 |
| 一次産業や料理点なら | とりあえず作り方教える | 料理教室 |
| こだわりの○○なら | こだわりの部分は必ず使う | ― |

1. インターネットを用いたマーケティング施策事例

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 対象 |  | 主なマーケティング施策 | 期待される効果 |
| 既存顧客新規顧客 | 双方向コミュニケーション | SNS投稿、レシピ等のコンテスト開催→シェア拡大、口コミ誘発掲示板・BBS、アンケートフォーム、オンライン問い合わせ窓口、サンプル提供、モニター募集→ニーズ、情報収集 | 顧客との関係性強化顧客ロイヤルティ向上愛顧向上最終消費者の意見収集→新製品開発に活かす |
| 既存顧客新規顧客 | 一方向の情報発信 | HP上での情報発信（写真、動画）イベントの情報発信社長、社員、店主によるブログ新商品情報などのメルマガ | ブランド価値の向上客数アップ商品（サービス）の認知度向上 |
| 既存顧客 | 定期的な顧客との接触 | クーポン発行、ポイント付与キャンペーン情報などのメルマガ個別販促メール（誕生日、記念日）在庫情報、空席情報などの発信 | リピータ獲得購買回数アップ客単価アップ |