

製品・サービスを顧客に知らせる方法を学ぶ講座（東京）

NEW

～イノベーションのためのマーケティング（広告宣伝）と知財戦略～

担当講師	<p>【担当講師】</p> <p>第1回：河合 優香理（かわい ゆかり） 株式会社 Enbirth 代表取締役 マーケティングコンサルタント</p> <p>第2回：内藤 博之（ないとう ひろゆき） 株式会社 パスウィーヴ代表取締役</p> <p>第3回：樋口 聖（ひぐち せい） Voice4u 株式会社 代表取締役 C T O</p>
実施日程	<p>第1回：2019年11月5日（火）18:30-21:45 会場：弁理士会館</p> <p>第2回：2019年11月26日（火）18:30-21:45 会場：弁理士会館</p> <p>第3回：2020年1月21日（火）18:30-21:45 会場：弁理士会館</p>
受講料	30,000 円（税込・テキスト代込）
対象者	<p>新規な技術、製品、サービスが売れずに悩む事業部門・クライアントをサポートしたい方</p> <p>新規な技術、製品、サービスの“商業的成功”を導く方法を知りたい方</p>
概要 ねらい	<p>経営学の領域では、新しい製品・サービス（イノベーション）は、社会で広く用いられてはじめて「イノベーション」と呼ばれるとのこと。ある研究では、新しい製品やサービスを生み出すのに必要な技術開発（イノベーション）の成功確率0.8に対し、社会に広まるという商業的な成功確率は0.2にとどまったことが明らかにされており、新規な製品やサービスをどうやって世に広めるかというマーケティングはイノベーションを実現する上での大きな課題となっています。</p> <p>そこで重要なのが、どのような製品・サービスを作り、どのようなビジネスモデルで、どのように世の中に普及させていくかを考えること、つまりイノベーションのためのマーケティング戦略です。</p> <p>本講座では、マーケティングの実務家を講師として迎え、製品やサービスの魅力を顧客に伝えるためのマーケティングのリアルと知財活用との関係性を学びます。</p>
到達目標	<p>クライアント（事業部門）と強固なパートナーシップを築き、知財を活用してビジネスを成功に導くために：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クライアントと対等に議論するための共通言語を習得する（マーケティングの基礎知識） ・最先端のマーケティング・ブランディング・広告宣伝事情を知る ・クライアントに対して的確な知財活用策を提案できるようになる ・製品・サービスの認知度向上に悩むクライアントに対し、ブランディング、広告宣伝による認知度向上策を助言できるようになる

<p>形式及び内容 (予定)</p>	<p>【第1回】マーケティングと知財戦略～今求められる「攻めの知財」の重要性～ 講師：河合 優香理氏 (形式) 講義&演習 (概要) <<講義・第1部(40分)>> マーケティングの基礎知識 ・マーケティングとは ・なぜマーケティングが必要なのか ・マーケティングの基本的な手法 <<演習>> 30分 ・グループワーク①：「1本の鉛筆」のマーケティング戦略と知財活用を考えてみる <<講義・第2部(50分)>> 変わりゆくマーケティング～モノが欲しくない時代のマーケティング戦略～ ・変化する消費者ニーズと新しいビジネスモデルの登場 ・複雑化するマーケティング手法と知財の関係 ・今、企業が求める知財戦略 <<演習>> 60分 ・グループワーク②：「1本の鉛筆」のビジネスモデルと知財戦略を考えてみる</p> <p>【第2回】ブランディング演習～価値創造へ向けて～ 講師：内藤 博之氏（ピープルブランドマーケター/株式会社パスウィーヴ/立教大学准教授） (形式) 講義&演習 (概要) <<講義>>70分 ・ブランディングとは？ ・ロゴ・ブランド名（商標）とブランディングの関係性とは？ <<演習>> 50分 ・ブランディング演習～自分をブランドに見立てて、ブランド理解から実践に取り組もう！～ <<対話>> 50分 ・ブランディング/広告宣伝活動の中で、知財活用をするって？～参加者で対話する～ ・明日からできること～本講座から得られた「学び」「気づき」を明日からどう活かすか～</p> <p>※参加者と講師の対話を通じて、参加者それぞれが「明日からできること」を探す、答えのないセッションです。※オープニング、途中休憩、クロージング含めて全体の講義時間は3時間です(休憩含)。 (事前課題) 1. あなたが考えるブランディングとは何ですか？ 2. クライアントはブランディング/広告宣伝活動としてどのようなことをしていますか？ 3. 今ご自身は、ブランディング/広告宣伝に対して、どのような知財活用をしていますか？または、これからしたいですか？</p> <p>【第3回】実践！デジタルマーケティング～インターネットを活用した広告・宣伝を学ぶ～ 講師：樋口 聖氏（Voice4u 株式会社 代表取締役 C T O） (形式) 講義&演習 (概要) <<講義>>120分 ・デジタルマーケティングとは？～Webを用いたマーケティング活動の利点や事例紹介 ・デジタルマーケティングの流れ～デジタルマーケティングの手順を学ぶ ・デジタルマーケティング実践チーム～有効なデジタルマーケティングを行う要素を知る ・広告キャンペーンの実施ステップ～広告キャンペーンの実務手順を学ぶ <<演習>>60分 ・広告キャンペーンを設計しよう～Google デモを使った、広告キャンペーンの設計演習 ※広告キャンペーンの中で、自社/クライアントの知財をどのように活用するかを検討します</p> <p>(事前課題) 演習での宣伝対象とする、自社またはクライアント商品・サービス（1つか2つ）を決めてきてください</p>
<p>参考書籍</p>	<p>『ファンベース～支持され、愛され、長く売れ続けるために～』佐藤尚之著 ちくま新書</p>

◆河合 優香理氏



早稲田大学卒業、株式会社日立製作所、日本マイクロソフト株式会社を経て2017年独立、株式会社 Enbirth を設立。日立製作所時代は薄型テレビ、ビデオカメラなどの商品企画や企画開発、ブランド戦略などを担当。マイクロソフトにおいてもマーケティング担当として Windows10 立ち上げプロジェクトのプロモーションなどをリード。株式会社 Enbirth にて、個人事業主（マーケティングコンサルタント）として新規事業企画推進、立案、マーケティング企画推進を受託。個人事業とは別の情報サービス・スタートアップである株式会社スリー（2018年設立）の代表取締役を務める起業家でもある。

◆内藤 博之氏



190 カ国の消費者へ向けて、ブランド開発・育成に注力するユニリーバで、シンガポール、インド、日本を拠点に、世界中のリーダーと国境を超えたビジネスをリード。マーケティングは、人が自らの生き方を好奇心で紡ぐ力やその機会創造につながると感じ、株式会社パスウィーブを設立。一人ひとりが自分ブランドで活躍する、人財育成・キャリア開発を企業・大学・NPO・個人に向けて手がける。立教大学でグローバルリーダーシップ (GLP) を企画から実施まで連携。課外活動では、フィリピンの児童養護施設の子どもの進学支援、日本の中高大生に向けたキャリアスクール開発など、キャリア支援に情熱を注ぐ。

◆樋口 聖氏



スタンフォード大学院航空宇宙工学修士及び工学博士。専門はデータ分析、数値モデリング、機械学習。Google Ads 認定資格5種保有。米国カリフォルニア州サンノゼ市に本社がある Spectrum Visions Global, Inc. 創業メンバー。Voice4u は京都とサンノゼに拠点を置き、樋口氏のほか、シリコンバレー在住で大阪大学非常勤講師も務める女性起業家 久保由美氏、はてな創業メンバー 近藤令子氏を経営陣とするソフト開発、デジタルコミュニケーションのコンサルティングファーム。