

# 販路開拓における自社の強みの明確化

どのような会社になりたいのか？  
既存事業における営業戦略の見直し

## 1. オリエンテーション

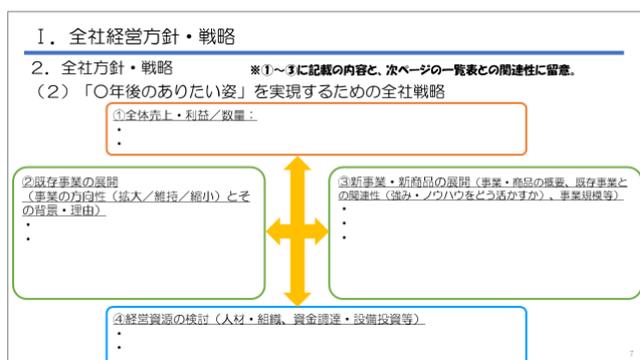
## 2. 事前課題の振り返り、 参加企業の販路開拓状況確認

受講企業にとって実践的なセミナー内容をご提供するために、講義1の開催前に提出いただく事前課題（会社PR紹介または商品紹介）を把握させていただくと同時に、参加企業にワンポイントアドバイスを行います。

## 3. 自社の強み抽出と明確化

- ・ 既存事業の整理（商品ごと、顧客ごと、技術ごと...）
- ・ 商品、顧客、顧客のニーズ、顧客が属する業界の特徴（成長性、利益、その他）
- ・ 競合、顧客への販売実績と顧客評価などを整理

## 4. 会社が描く将来像を整理



## 5. 現状分析や将来像の検討から抽出した、 取り組むべき経営課題の整理

『講義1』終了後、貴社を訪問し、  
専門家によるカスタマイズ指導を行います

(独)中小企業基盤整備機構に属する販路開拓専門家が、1社ずつ参加企業に個別訪問・指導(およそ2時間)を行います。

実施予定時期：7月~8月のいずれかの日（後日、調整します）

# 自社製品サービスのブランディング

自社の強みを生かした商品・サービス  
どのように販路開拓するのか？

## 1. 『講義 1』 のレビューと課題の確認

## 2. 商品(サービス)マーケティング企画の 具体的な進め方

- (1) 商品（サービス）のコンセプト考案  
商品や提案の狙いや実現する提案価値を包括的に言い表した言葉とは、どのようなものか？ 実例を踏まえ、基本となる考え方をお伝えします。
- (2) 販路開拓に魅力的な商品の特徴・機能・便益の考案
- (3) 機能、便益が評価される市場・業界の模索
- (4) 従来の販売開拓との違いとは？  
やり方を見直し、違いやメリットを出す

Ⅱ. 新事業・新商品のマーケティング企画

2. 「提供価値」の明確化と  
想定業界・市場とその特徴、その業界・市場に対する提案用途・機能②

※新商品の提供価値の内容を踏まえた、想定業界・市場の選定と提案の価値

想定業界・市場	業界・市場の特徴		
	規模・傾向（成長性）・既存の価値	競合状況	ニーズ

## 3. 競合商品との比較、商品導入の提案

- (1) 単にスペックの比較をするのではなく、効果的な他社比較を考えるには？
- (2) 単に商品ではなく、機能を買っていただくために、販売前後のサービスや予備品を含め、どのような提案が求められるか？

『講義2』 終了後、貴社を訪問し、  
専門家によるカスタマイズ指導を行います

講義 2 を踏まえ、(独)中小企業基盤整備機構の販路開拓専門家による個別訪問・指導(およそ 2 時間)を行います。

実施予定時期：8月～9月の いずれかの日(後日、調整します)

# 事業化に向けた実行計画の策定

確実に顧客ニーズをつかみ、  
事業化するためのアクションとは？

1. 『講義2』のレビューと課題の確認
2. 新たな市場で販路開拓を行うための  
会社で取り組むべき活動の洗い出し
  - (1) どのような販路開拓活動を行うか？
  - (2) 商品の開発・磨き上げは大丈夫か？
  - (3) 営業力アップは必要か？
  - (4) 出荷体制は十分か？

これら4つの視点で販路開拓を成功させるために  
取り組むべき事項を考え、洗い出します。  
その後、洗い出した活動内容を検討します。

Ⅲ. 実行計画

2. 実行計画項目を踏まえたスケジュール展開と実施体制

優先順位	項目	目的・内容	体制	時期													
				(前年度) Q4						Q1		Q2		Q3		Q4	
				Q4	Q4	Q4	Q4	Q4	Q4	上	下	上	下	上	下	上	下
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	

Ⅱ. 新事業・新商品のマーケティング企画

4. 想定業界・市場に対する販路開拓方法

※ 販路開拓コネクト事業(テストマーケティング支援)の活用によるテストマーケティングだけでなく、  
自社で取り組む販路開拓活動も含めて整理してください。

想定業界・市場	販路開拓方法 (テストマーケティング支援による市場調査/自社DM発送/ 既存顧客からの紹介ルート等のアポイント/業務員派遣/自社のコン タクトや自社出版 等)

## 3. 5年後の目指すべき財務指標の明確化

『講義3』終了後、貴社を訪問し、  
専門家によるカスタマイズ指導を行います

講義3を踏まえ、個別訪問・指導(およそ2時間)を行います。  
新商品・サービスの事業化における道筋を明確にします。

実施予定時期：9月~10月の いずれかの日 (後日、調整します)