

応援します！ 新製品の販路開拓

販路開拓コーディネーター事業とは？



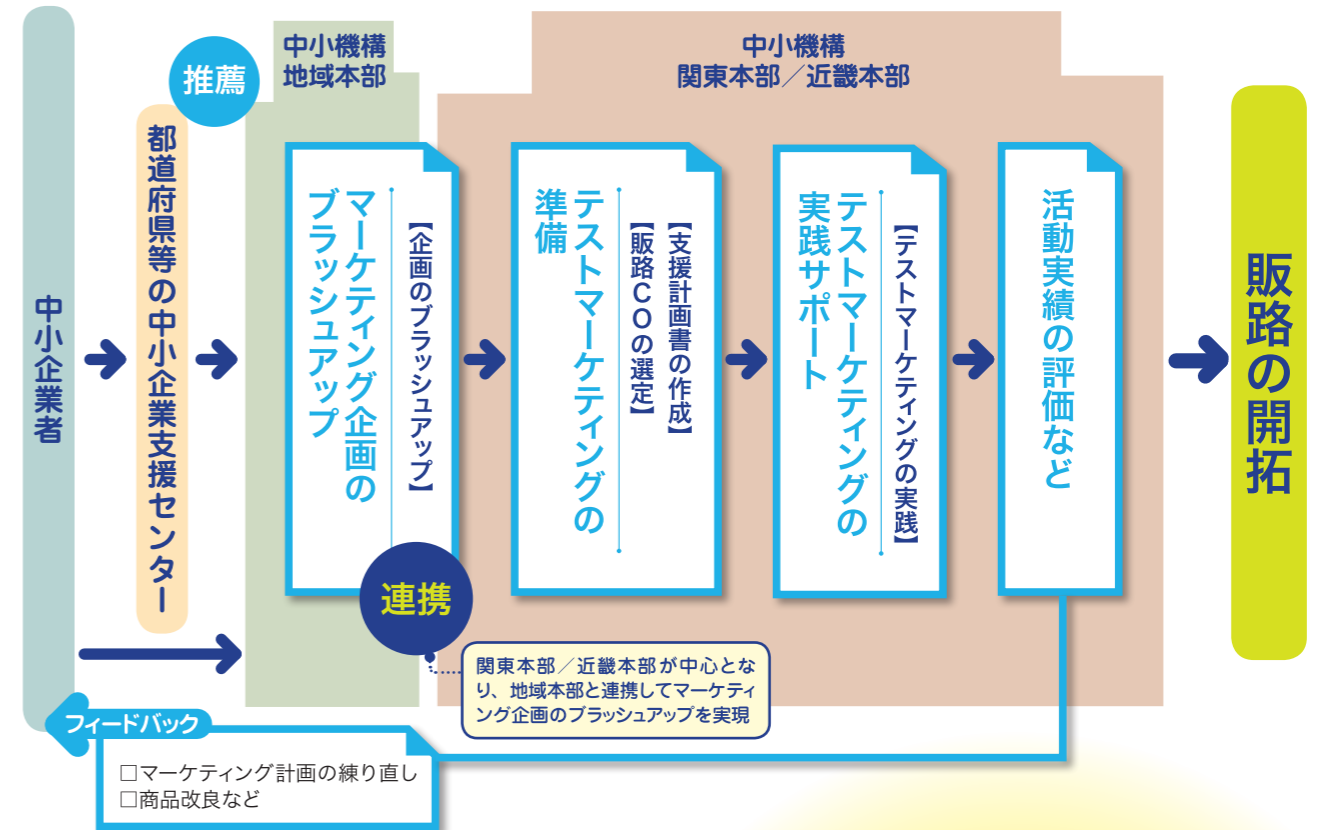
あなたの会社
こんなことで
悩んでいませんか？

新商品を作ったが、具体的な市場が見えない、新たな技術を開発したが、どんな用途が最適なのかわからない……あなたの会社、こんなことで悩んでいませんか？ 新製品・新技術の販路を開拓するためには、まず具体的な市場を想定し、その市場の状況、想定される企業にとってのニーズ、競合する製品（技術）の有無などを把握するマーケティング活動が欠かせません。

新商品を対象に
中小企業の
販路開拓を支援します。

しかし、こうしたマーケティング活動を、中小企業が単独で行うことは容易ではありません。そこで「販路開拓コーディネーター事業」では、中小企業の方が、お客様の声を聴く機会を創出し、そのために必要な準備をお手伝いします。販路開拓の分野で豊富な経験を持つスタッフが、貴社が持つ新製品（新技術）の首都圏市場へのアプローチを、側面からサポートします。

■ 販路開拓コーディネーター事業の基本スキーム



「テストマーケティング」で
「販路開拓に必要な力」を
育成します。

市場へのアプローチにあたって行うのが「テストマーケティング」。企業が新商品（新技術）を本格的に販売する前に、想定市場にアプローチし、その反応を調査・検証するマーケティング活動のことです。テストマーケティングを通じて、「顧客ニーズ」や「商品の改善・改良点」などを確認し、新たな市場開拓に向けた仮説の設定・検証を行います。

「販路CO」が
想定市場の企業へ
同行します。

テストマーケティングを行うにあたっては、想定される企業とのネットワークが不可欠です。そこで、「販路開拓コーディネーター（販路CO：首都圏に販路ネットワークを有する商社・メーカー等の出身者など）」が、企業訪問に同行することで、市場へのアプローチを支援します。販路開拓支援活動終了後には、活動内容、市場での評価を支援企業にフィードバックします。