

～消費者の行動・心理を分析し、販売促進のヒントを掴む～ 消費者行動から学ぶ マーケティング入門講座

関西校

営業・マーケティング

研修のねらい

消費者が広告に惹かれたり、商品を購入したりするとき、意思決定の多くは無意識に行われています。そうした消費者の心理的メカニズムを経済学に取り入れた分野が「行動経済学」です。行動経済学のマーケティングへの応用は、多くの企業で取り組まれていて、販売促進などで大きな成果を上げています。

本研修では、マーケティングの基本と行動経済学の考え方を学びます。また、行動経済学をビジネスに活用している事例を通して、自社の販売促進プランへの応用を検討します。

研修のポイント

- ✓ 消費者目線でのマーケティング活動を学びます。
- ✓ 消費者心理を理解し、効果的に成果を出すための販売促進のポイントを学びます。
- ✓ 消費者心理を踏まえた販売促進活動の展開方法を学び、自社の販売促進プランを作成します。

研修期間

2026 年
2/25^水～2/26^木
(2日間、14時間)

対象者

経営幹部・管理者

- ・ 広告、宣伝の担当者
- ・ 販売促進キャンペーン等の立案にかかわる方

定員 30 名

受講料 22,000 円(税込)

会場

中小企業大学校 関西校

大阪市中央区安土町2-3-13

大阪国際ビルディング

月 日	時間	科目	内容
2/25 ^水	9:30-9:40	事務連絡	
	9:40-12:40	売れる仕組みの つくり方	顧客に選ばれるために必要となるマーケティングの 基本を理解したうえで、売れる仕組みづくりを学びます ・ 売れる仕組みの全体像 ・ マーケティング戦略の立案方法 ・ 売りや強みの発見法
	13:40-17:40	マーケティングに 生かす行動経済学	購買行動の裏に潜む心の働きを事例を交えて学び、 消費者の目線に立ったマーケティング活動のポイントを 学びます ・ 行動経済学の考え方 ・ 潜在ニーズのとらえ方 ・ マーケティングリサーチ
2/26 ^木	9:30-17:30	消費者心理を踏まえた 販売促進策の展開方法と、 自社の販売促進策の検討	効果的な販売促進活動の展開方法を学ぶ。 さらに、消費者行動を踏まえターゲットの行動パターン を理解・把握したアプローチ手法を検討し、 自社の販売促進プランを作成します。 ・ 販売促進手法とそのポイント ・ 販売促進活動実施後の検証方法 ・ 自社の販売促進プラン作成
	17:30-17:40	修了証書交付	

※事務連絡等を含んだ時間：14 時間 20 分

講師紹介（敬称略）

グローバルマーケティング株式会社
代表取締役

今井 進太郎（いまい しんたろう）

中小企業診断士、1級販売士。慶應義塾大学経済学部卒業後、マーケティング・コンサルティング会社の勤務を経て、販売・営業支援会社である同社を設立。マーケティングやネットビジネスの企画・プロデュースを専門分野とし、豊富で実践的なノウハウで「売れる仕組み」を構築し、売上増大に導くことを得意としている。現在、中小企業の経営サポートを行うほか、セミナー・研修の講師としても活躍している。（公財）にいがた産業創造機構の外部専門家、新潟県商工会連合会エキスパートバンク等、公的機関の専門家を兼務する。