

マーケット分析による新しい販路の拡大策

# 新規顧客開拓の考え方と進め方

## 研修のねらい

人口減少、グローバル化などの環境変化の中、既存取引先からの受注増加を図るだけでは事業の発展を望むことは困難となっており、変化の激しい市場や顧客の動向を柔軟に捉えたマーケティングの視点で新規顧客を獲得していくことがどの企業にも急務の課題となっています。

本研修では、マーケティングの基礎知識を理解した上で、事業活動を取り巻く社内外の環境分析の進め方について事例を交えながら学んでいただき、マーケティングの視点から自社の新規顧客を獲得していく具体策について検討します。

## 研修のポイント

- マーケティングの基礎知識が理解できます
- マーケティングの分析手法を活用して新規顧客を見つける手法を実践的に学べます
- 自社の新規顧客獲得に向けたプラン作りができます
- 希望者にはインターバル期間中に専門家とのオンライン面談によるフォローアップを行います

## 研修期間

前半 2026年8/26(水)～27(木)

後半 2026年9/17(木)

全3日間 (21時間)

※前半と後半をセットでご受講いただくインターバル研修です。

## 対象者

管理者、営業部門のリーダークラス等

- ・マーケティングの基礎知識を学びたい方
- ・販路開拓手法を実践的に学びたい方
- ・自社の新規顧客獲得に向けたプラン作りに取り組みたい方

定員 20名

受講料 32,000円(税込)

※宿泊費は含まれません。  
※お申し込みが多数の場合、定員を変更させていただく場合がございます。

## 会場

フォレスト仙台

宮城県仙台市青葉区柏木1-2-45

月日	時間	科目	内容
8/26 水	9:30～17:30	マーケティングの基礎知識	売れる仕組みを作るために重要な役割を果たすマーケティングにおける基礎知識を理解します。 ・マーケティングの目的と活用法 ・マーケティングと販売活動の違い ・経営環境の分析手法とその概要 ・新規顧客開拓に必要な視点
8/27 木	9:30～17:30	新規顧客開拓のためのマーケティング戦略の策定方法	新規顧客の開拓や販路拡大などのために、マーケティングの手法をどのように活用していくのかについて、事例や演習を交えて学びます。 ・市場と顧客のニーズ等の分析 ・商品・サービスの強み(自社が選ばれる理由)の明確化 ・競合との差別化 ・オンラインを活用したPR活動 ・マーケティングを活用した新規顧客の探し方 ・マーケティングを営業活動に活かすポイント

### インターバル課題「新規顧客開拓プランの立案に必要な情報の取得」

※自社の新規顧客獲得プランの立案に向けた資料・情報の収集を実施してください。

9/17 木	9:30～17:30	マーケティングの視点を活かした新規顧客開拓プランの立案(自社演習)	研修のまとめとして、マーケティングの手法を活用した自社の新規顧客開拓プランを立案し、研修の成果として持ち帰ります。 ・自社の営業・販売活動の振り返り ・自社の強みと市場ニーズのつながりを探す ・新規顧客開拓プランの検討
-----------	------------	-----------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

※カリキュラムは一部変更する場合がありますので予めご了承ください。

## 講師紹介 (敬称略)



株式会社エム・イー・エル 取締役 佐藤康二事務所 代表  
佐藤 康二 (さとう こうじ)

福岡大学商学部商学科卒業後、民間企業勤務を経て起業。その経験を活かして1995年に(株)エム・イー・エルに入社し、コンサルタントに転身。現在、同社取締役として企業の業績向上コンサルティングや組織活性化・人材開発の支援を行う。「なぜ人は本気で働かないのか」等の著作を含め、組織開発を通じた業績向上、売上アップをテーマに顧客接点の水準を高める価値づくりと、社員がイキイキ働ける職場づくりに注力。理念を重視したビジョン型経営を中小企業に導入し、目標設定と計画立案、その実行と進捗管理までを支援して多くの顧問先で業績向上を実現している。中小企業大学校をはじめ公的機関での研修講師としても豊富な実績を有する。

