

ターゲットと地域発商品開発のツボ!

消費マインドの背景は?

人気商品や長く売れ続けている商品には、必ず売れる理由があります。モノがあふれている時代、自由に簡単にモノを買う時代。それでも、あなたのモノが選ばれるためには…消費者やユーザーが選ぶ理由がそこにはあります。世代間のギャップや時代の変化を読み取りながら、現在の消費マインドやターゲットを捉え、商品開発等の方向性について考えます。

◎ビヨンド2020にどう備えるか!
東京オリンピック後はどうなる?

◎3つのユーザー(クラスター)のニーズ!
世代やライフスタイルの違い?

◎人口減少社会の新しい価値観!
市場構造の実態と求められるもの?

***** 講師プロフィール *****

日経BPヒット総合研究所 上席研究員

渡辺和博氏 (わたなべ かずひろ)

1986年、日本経済新聞社入社。日経パソコン、日経ビジネス、日経トレンドなどIT分野、経営分野、コンシューマ分野の専門誌編集部を経て現職。全国の商工会議所等で地域振興や名産品開発の講演・コンサルを実施。

「30代の働く女性」「段階ジュニアの子育てファミリー」「こだわりの50代」と「競争好きの段階世代」などのシニア層を中心に消費者起点で商品価値を洗いなおしてヒット商品の開発をプロデュースしています。



日時 平成28年10月25日(火) 14:30~16:30

会場 イオンタウン釜石2階・イオンタウンホール

主催 復興水産加工業販路回復促進センター(構成団体:東北六県商工会議所連合会)

申込み 釜石商工会議所 中小企業相談所 (お問合せ TEL:22-2434)

申込み 10月21日(金)までに、FAXにてお申込ください。

釜石商工会議所 行き (切り取らずに送信してください)

FAX: 0193-22-1600

10月25日(火)『日経BP社 渡辺和博氏 セミナー』参加申込書

事業所名			受講者名
住所			
連絡先	TEL	FAX	