

# 顧客経験価値を創造する商品開発入門

※本セミナーはZoomでリモート形式でも実施する予定です。

オンラインで受講したい方は<https://www.rdsc.co.jp/seminar/231292>からお申し込みください。

1名分料金で  
2人目無料

◆日時:2023年12月21日(木) 13:00~17:00

◆会場:江東区産業会館 第2会議室

◆受講料:1名につき49,500円(税込、資料付)

※会員登録(無料)をしていただいた方には下記の割引・特典を適用します。

・1名でお申込みされた場合、1名につき38,500円(税込)

・2名同時でお申し込みされた場合、2人目は無料(2名で49,500円(税込))

## セミナーお申込みFAX

03-5857-4812

※お申込み確認後は弊社よりご連絡いたします。

詳細はHPにて⇒<https://www.rdsc.co.jp/seminar/231291>

### ●講師:(株)ニューチャーネットワークス 代表取締役 高橋 透 氏

#### 【受講対象】

- ・研究開発部門
  - ・商品企画開発部門、マーケティング戦略部門、設計開発部門
  - ・新製品・新事業開発部門、M&A/アライアンス部門、市場調査部門
  - ・製造技術部門、技術営業部門、知的財産部門、技術調査部門
  - ・大学の研究者、産学協同部門
- などにご所属の方であれば経験に関係なくどなたでも受講できます。

#### 【習得できる知識知識】

- (1) 顧客経験価値の基本構造と仕組み
- (2) 自社の商品開発を前提とした効果的な顧客経験価値の創造ステップ
- (3) 顧客経験価値創造のための商品開発と、  
これまでの技術を起点とした商品開発と大きな違い
- (4) 顧客経験価値開発を進めていく上での個人と組織の能力開発の方法

#### 【講座の趣旨】

最終消費者であれ法人であれ、レンタルリース、サブスクリプション、シェアリングエコノミーなどの普及で、モノを「買う」という行為が少なくなり、サービスを通じてモノの価値を利用することに変化してきています。

商品企画もかつて技術開発による物理的、機能的なモノやサービスの企画が主体で、顧客が購入してくれること、つまり売上・利益に重点が置かれていましたが、これからは、顧客がどのような場面で、どう利用し、ベネフィットを感じるかといった顧客側の利用に重点を置かなければなりません。

顧客が商品を利用し続けるには、顧客経験価値が常に高くなくてはならず、顧客との継続した接点と、必要な状況で必要なモノやサービスを提供するビジネスモデルが必須となります。またAI、IoTなどのDXの発展でその環境は成熟してきています。

以上のような点から、これまでの技術開発に起点をおいた商品開発のあり方は大きく変革しなければならず、独自の顧客経験価値を生み出す商品開発でなければなりません。

本セミナーは、日本企業が得意とする技術を重視しつつも、その強みを、顧客経験価値をベースにした新たな商品開発手法に変革するためのものです。

#### 【プログラム】

- 1 顧客は何を購入しているのか
  - 2 コトづくりのための「顧客経験価値」の理解
    - 2-1 まず「商品」の定義を変えろ
    - 2-2 コトづくりのための「顧客経験価値」の理解
    - 2-3 「顧客経験価値」の詳細構造と仕組みを理解する
    - 2-4 インパクトある顧客経験価値とは
  - 3 顧客経験価値のための商品開発の7つのコンセプト
  - 4 顧客経験価値のための商品開発の全体設計と準備、事業企画開発フェーズ
    - 4-1 顧客経験価値のための商品開発の全体像とフェーズ
    - 4-2 準備フェーズ 4-3 事業企画開発仮説フェーズ
  - 5 商品企画開発仮説フェーズ
    - 5-1 機能とコスト中心の商品企画開発から脱却するために
    - 5-2 顧客経験価値を企画するための6つの手法
    - 5-3 デザインシンキング 5-4 タウンウォッチング
    - 5-5 現場観察(エクスペリアンス調査) 5-6 異業種アイデアソン
    - 5-7 ペルソナデザイン 5-8 カスタマーエクスペリエンスマップ
    - 5-9 顧客経験価値の分析と仮説まとめ 5-10 商品アイデア発想
  - 6 仮説検証フェーズ
    - 6-1 2つの仮説検証方法 6-2 マーケティングリサーチ
    - 6-3 PoC(実証実験: Proof of Concept)
  - 7 事業戦略構想書作成フェーズ
    - 7-1 事業戦略構想とは 7-2 事業のパーパス、ビジョン
    - 7-3 顧客経験価値、商品企画仮説、ビジネスモデル仮説
    - 7-4 仮説検証: マーケティングリサーチと実証実験(PoC)結果
    - 7-5 SWOT分析と事業成功の要因 7-6 ターゲット顧客と顧客経験価値戦略
    - 7-7 エコシステム・ビジネスモデル戦略
    - 7-8 顧客経験価値開発のためのマーケティング戦略 7-9 商品開発計画
    - 7-10 マーケティング開発計画 7-11 技術開発計画
    - 7-12 事業開発ロードマップ 7-13 事業計画とリスク分析、対応
    - 7-14 当面のアクションプラン 7-15 実行組織体制
  - 8 イノベーティブな商品企画開発実践するためのトレーニング
    - 8-1 個人の能力をアップさせる 8-2 組織能力をアップさせる
- 【質疑応答】

### 『顧客経験価値【東京開催】』セミナー申込書

FAX番号:03-5857-4812

会社・大学			
住所	〒		
電話番号		FAX	

お名前	所属・役職	E-Mail
①		
②		

会員登録(無料) ※案内方法を選択してください。複数選択可。

Eメール 郵送

#### ● セミナーの受講申込みについて ●

必要事項をご明記の上、FAXでお申込み下さい。弊社で確認後、必ず受領のご連絡をいたしまして受講券、請求書、会場の地図をお送りいたします。

セミナーお申込み後のキャンセルは基本的にお受けしておりませんので、ご都合により出席できなくなった場合は代理の方がご出席ください。

お申込み・振込に関する詳細はHPをご覧ください。  
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/entry>

個人情報保護方針の詳細はHPをご覧ください。  
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/privacy>