



【テーマ】

- 第1回 B2Bマーケティング概論
- 第2回 医薬品マーケティング  
(ゲスト)ポストン コンサルティング グループ  
ヴァイスプレジデント 矢吹博隆氏
- 第3回 コモディティ・マーケティング  
(ゲスト)ポストン・コンサルティング グループ  
ヴァイスプレジデント 重竹尚基氏
- 第4回 高機能部材マーケティング  
(ゲスト)ポストン・コンサルティング・グルー  
プ ヴァイスプレジデント 椿 進氏
- 第5回 法人サービスマーケティング  
(ゲスト)ポストン・コンサルティング・グルー  
プ ヴァイスプレジデント 菅野寛氏
- 第6回 B2Bマーケティング まとめ

【参考図書】

法人営業「力」を鍛える  
今村 英明 (著)  
¥ 1,680(税別)



【コンセプト】

顧客が“組織”となるB2Bでは、多数・多様な人間が意思決定に関わることからDMU(意思決定単位)が複雑になると同時に、そのプロセスもわかりにくい。加えて、組織を相手にする製品／サービスは取引が反復することが一般的であるので、**リレーション(組織間関係性)を維持・発展**することが重要となります。

本講座では、こうしたB2Bマーケティングにおける基本的な考え方について、「マーケティング・ロジック」というキーワードをもとに、「**医薬品**」「**コモディティ**」「**高機能部材**」「**法人**」という**4分野**を採り上げ、ポストン・コンサルティング・グループで各分野を担当するコンサルタントをゲストに招き、実際の現場で生じる問題への解決手法を聞きながら、「**B2Bマーケティング**」を**成功に導く具体的な手法**を学んでいきます。

(講義時間 合計6時間)

【講義資料より】

