

レジュメ 4

競合とのポジショニングを分析するワークショップ

実施日時・場所

日時: 2015年5月11日(月) 10:00~12:00 / 場所: 第一会議室

本ワークショップの
目的

1. 新製品案がすでに存在しないかを確認する
2. 新製品案は市場競争力を持っているかを検証する
3. 場合によっては、新製品案を改良する
4. 自社のポジション(競合との差別化)を定める

出席者
(プロジェクトメンバー)

プロジェクトリーダー: 製造一課 ○○○○
 記録係: 総務課(記録係) ◇◇◇◇
 メンバー: 製造二課 ■■■■、営業課 △△△△、
 調達課 ▽▽▽▽、経理課 ●●●●

前回からの
宿題

各自にて、競合品の写真やイラスト(新聞や雑誌、インターネット画像の切り抜き)を10点程度用意しておくこと。※切り抜きの大きさに特に制限はない。

	時刻	所用時間	内容	説明
1	10:00	10分	前回の振り返りと今日の予定	前回の「振り返りシート」をもとにチーム全員で振り返る。 今日のワークショップについておおまかな流れの説明。
2	10:10	80分	ポジショニング分析 ×3回	持ち寄った競合品の画像を順に説明し、どういったものがあるかを共有していく。 この際、新製品案が既に存在していないかを確認する。 差別化軸を設定したポジショニングマップを用意し、新製品案と競合品を配置していく。空白地帯にうまくポジショニングできれば差別化が図れたことになる。 できなかった場合は、5W2Hの内、どれか1つを変更することで、空白地帯にポジショニングできないかを検討する。 ここまでで競合商品との差別化が見られない場合は、差別化軸を変更し、もう一度行う。これを20分~30分位で3回程度検討する。
3	11:30	20分	評価、決定	空白地帯にポジショニングするのに、最も明確な差別化軸を決定する。どうしても空白地帯にポジショニングできなかった場合は、「基本コンセプトの立案」に戻り、再度、見直す必要がある。
4	11:50	10分	今日のまとめ	ホワイトボードや各自のメモをもとに、今日のワークショップの内容をまとめる。 次回予定の確認と次回のワークショップまでの宿題を確認する。
5	12:00		終了	

本レジュメ作成

作成日: 2015年5月8日(金) / 作成者: 製造一課 ○○○○