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チェックする。

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。

空白地帯にポジションするのに、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ンが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。

評価、決定

20分

11:30

3

4

5

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。

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。

今日のまとめ

終了

所用時間

10分

10分

前回の振り返りと

今日の予定

内容

説明

1

10:00

11:50

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　●●●●

出席者

（プロジェクトメンバー）

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。

作成日：2015年5月8日(金)　／　作成者：製造一課　◯◯◯◯

12:00

本レジュメ作成

時刻

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

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

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

実施日時・場所