

次年度 商品開発の戦略的方向づけ 合宿プログラム

1. 商品開発の戦略的方向づけ

対象者

課長、次長、部長クラス

内容

日本オリエンテーション主宰 松本とのディスカッションにより自社が攻めるドメインを明確にし、抽象的な開発テーマをピックアップし、ブラッシュアップを行います。

このプロジェクトにより、次期の戦略的商品開発体制を築き、新商品の成功確率を高めることができます。また、上記の業務を行うことにより貴社独自の商品開発指導要領を構築することができます。

期間

1泊2日

2. 次期新商品アイデア創出合宿

対象者

企画、開発担当者

内容

主要メンバー5～6人の方と日本オリエンテーションとの共創により、次期新商品の具体的なアイデアを創出する。

通常業務では出にくい革新的なアイデアが、ブレインストーミングの中から生まれてきます。このプロジェクトにより、貴社アイデアBANKが豊富になると同時に次期の企画業務の効率化を図ることができます。

期間

1泊2日～2泊3日

3. 定期商品コンセプト診断会議

対象者

企画、開発担当者

内容

定期商品コンセプト診断会議は、貴社の既存アイデアの市場性の評価、商品コンセプトのブラッシュアップ、新商品のリポジショニングなどを、可能な限りこなしていく合宿会議です。

このプロジェクトにより、テーマ商品の成功確率をあげると同時に、外部の視点チェックポイントを把握することにより担当者の実務能力をアップすることが可能になります。

期間

1泊2日～2泊3日
