

第15回ネットスーパーセミナーカリキュラム
 <ネットスーパー研究会主催>

開催日:2014. 7. 17(木)

会場 :セミナールーム味覚糖 UHA感

受付開始:12時半

住所: 東京都港区浜松町1丁目26-1

TEL 03-5408-7797

アイ・ティー西宮株式会社

代表取締役 山田 洋一

<http://it-n.co.jp>

	開始時刻	終了時刻	時間	講師	テーマ(案)	内容
一般公開セミナー	12:30				受付開始	
	13:00	13:05	5分	アイ・ティー西宮(株) 山田 洋一	オリエンテーション	①連絡事項 ②配布資料確認 他
	13:05	13:55	50分	アイ・ティー西宮株式会社 顧問 中東 道	ネットスーパーの商品政策とは?	①全体像とノウハウ体系 *@3,500円 × 5回 = 17,500円/1会員様/月間 ②これを実現する商品政策 *企画別構成比(チラシ/週刊企画/定番)モデル *部門別構成比(生鮮&惣菜・日配)モデル
	13:55	14:05	10分		休憩	
	14:05	14:40	35分	株式会社 バウコミュニケーションズ 戦略企画室 児島 譲二 氏	顧客管理(CRM) one to one マーケティング施策	・業種別メールマーケティング取組事例紹介 ・サイトコンテンツのパーソナライズ事例紹介 ・one to one マーケティングにおけるアプローチ提案
	14:40	15:15	35分	大日本印刷株式会社 C&I事業部 森下 幸俊 氏	音声認識サービスのネットスーパー事業への展開	1. 15分で買えるものできる注文UIの開発 ①リアル店舗とネットスーパーの購買行動の違いとは? ②受動購買UIにネット注文のストレスを無くす ③目的購買UIにより欲しい商品が頭に浮かんだら即表示 ④リピート購買UIによりいつも買うものはまとめて買い物かごへ ⑤季節感を出し食卓を豊かにするためのレシピ注文UI 2. シニアにも使いやすい音声認識注文システム ①コープこうべ様の事例紹介 ②モニターアンケートの結果報告 ③テレビで注文?電話で注文?AmazonDashってどうなの?広がる音声注文の可能
	15:15	15:50	35分	アイ・ティー西宮(株) 山田 洋一	ネットスーパー事業における商品政策と販促戦略	1.商品政策と販促戦略 ①ネットスーパー業界特有の売れ筋商品とは? ②有効な販促戦略とは? ③優良会員様増加のための販促戦略 2.ネットスーパー業界における欠品事情 ①「ミス撲滅」は、最大の販促 ②ネットスーパー業界における欠品レベル ③ネットスーパー欠品からわかる店舗の機会損失額 ④欠品発生時のお客様対応と撲滅対策
	15:50	16:00	10分		休憩	
	16:15	17:00	45分	アイ・ティー西宮株式会社 顧問 中東 道	ネットスーパー事業の現状と課題	①全体像とノウハウ体系 *点検シート&FS史観&S社成功要因の統合 ②セグメンテーションとオールカマー *受注手段別 & 年代別構成比から ③現場がその気になるポイント *店長とパートナーさん
	17:00				解散	※このあと有志の方対象で会費制の二次会を予定しています。