

農産物販売ビジネス支援「EC マーケティング講座（入門コース）」
カリキュラム

回	開催日時・場所・形式	実施事項
1	令和3年7月21日（水） 13時～16時 みやぎ産業振興機構 集合研修	○ネットを活用したマーケティング手法 1.1 ネット商取引の市場規模の推移 1.2 ターゲットに合わせたネット商取引のアプローチ 1.3 BtoCの販路開拓アプローチ 2. ネット販路開拓成功事例の紹介 3.1 ネット商取引での基本的な考え方 3.2 通販サイトに盛り込むべき要素 3.3 集客・購入・再訪施策 3.4 売上アップを目的とした改善の準備（効果測定） 4. 演習、ワークショップ（自社分析） 5. コストを抑えるために
2	令和3年8月3日（火） 10時～17時 みやぎ産業振興機構 個別指導（1社2時間）	○具体的な数字での効果測定と方針決定 1. 各社導入のアクセス解析ツールの結果報告 2. 個別に改善ポイントを抽出し、施策方針（行動計画）の決定
3	令和3年10月7日（木） 10時～17時 みやぎ産業振興機構 個別指導（1社2時間）	○テストマーケティング又は実施施策のフォロー 1. テストマーケティング企画に対するフォロー 2. 実施施策に対するフォロー
4	令和4年1月20日（木） 13時～16時 みやぎ産業振興機構 集合研修	○売れる商品ページ作りやリピート対策 1. 集客施策の深堀り インターネット上のニーズ調査手法、無料ツールの紹介 2. 転換施策の深堀り 売れる商品ページづくり、競合サイトの見つけ方とポイント 3. 再訪施策の深堀り リピートのための同梱物、リピートのためのメール施策
5	令和4年2月3日（木） 13時～16時 みやぎ産業振興機構 集合研修・個別指導	○成果発表と対応策の指導 1. 成果発表 2. 次年度以降の取組の発表 3. 個別フォローアップ