

	第1問	第2問	第3問	第4問
R2	SWOT分析	新規取引先の構成について、方向性を助言する。	<p>(設問1) アンゾフの「製品・市場マトリックス」の考え方を使得って事象を説明する。</p> <p>(設問2) 顧客の関与を高めるため、オンラインサイト上で、どのようなコミュニケーション施策を行っていくべきか助言する。</p>	自社で企画する「宿泊訪問ツアー」で立案すべきプログラムを助言する。
R1	SWOT分析	インターネットによるメッセージ交換サービスを用いて、デザインを重視する既存顧客の客単価を高めるために行うべき情報発信を助言する。	<p>(設問1) 減少するであろう顧客分を補うため、どのような協業相手と組んで、どのような顧客層を獲得すべきか、理由と併せて助言する。</p> <p>(設問2) 協業を通じて獲得した顧客層を、リピートにつなげるために、初回来店時に店内での接客を通じて、どのような提案をすべきか、価格プロモーション以外の提案について、理由と併せて助言する。</p>	—
H30	3 C(Customer:顧客、Competitor:競合、Company:自社)分析	ホームページや旅行サイトで、どのような自社情報を新たに掲載すれば、閲覧者の好意的な反応を獲得できるかを、今後のメインターゲット層を明確にして、述べる。	宿泊客の、インターネット上での好意的なクチコミを、より多く誘発するために、おもてなしの一環として行う、従業員と宿泊客との交流を述べる。	X市の夜の活気を取り込んで、自社への宿泊需要を生み出す施策を述べる。
H29	自社の強みと、競合の状況を、説明する。	データベースを活用しながら、婦人用ハンドバッグの予約会を、成功させるために行うべき施策を助言する。	地域内の中小建築業と連携しながら、シルバー世代の顧客生涯価値を高めるための施策を助言する。	シルバー世代以外に、メイン・ターゲットとすべきセグメントとその施策を、図を参考に助言する。
H28	これまでの製品戦略について整理する。	<p>(設問1) 今後の成長に必要な製品戦略について、ターゲット層を明確にしたうえで、説明する。</p> <p>(設問2) 設問1で想定したターゲット層に訴求するための、プロモーションと販売の戦略を説明する。</p>	飲食店を直接経営することによって、得られるメリットと効果を、売上げが向上すること以外で説明する。	<p>(設問1) インターネット販売を軌道に乗せるためのブランド戦略を提案する。</p> <p>(設問2) インターネット販売を利用する顧客に、リピートしてもらうために、インターネット上で展開すべき、マーケティング・コミュニケーションを提案する。</p>