



それはもちろん。



マーケティング会社にも協力してもらっていますね？



はい。
まず草案の中から主力商品となり得るものを絞り込み、
その中でどの案が市場ニーズに合うかというリサーチを
マーケティング会社に依頼して実施しています。



なるほど。



次にそのリサーチ結果のデータを元に
プロトタイプ（試作品）を開発し、
特定の店舗だけに出荷して売上状況を見ます。
そして、一定の反響があれば本開発という流れです。



セオリー通り進めていらっしゃるのですね。



しかし、マーケティング会社の調査費用があまりにも高くつくので
すべての商品をリサーチすることはできません。
最後の絞り込みは「勘」が頼りです。



勘はビジネスにおいて大切な財産とも言えますが、
どうしても人によってばらつきが出ます。



そう言われればそうですが・・・。



もしマーケティングコストをもう少し落とすことができれば、
もっと全体的な商品開発プロセスを改善できますよ。



そう言われても、マーケティング部門は日々会社の人に人を集めて
試食調査や街頭調査を行っているようです。
それなりの費用がかかるのも致し方無いかと・・・。



インターネットを活用すれば、激的にコストダウンでき、
これまでにない調査結果も得られる時代になっていますよ。



どういことですか？
色々とお詳しいようですが、同じ業界の方ですか？



いえいえ、私は福山と申しまして、
インターネット関係の会社で働く者です。



私は大竹と言います。
今のお話を聞いてもっと詳しく知りたくなりました。
よくここには来られるのですか？
これも何かの縁ということで、
また色々ご指導をお願いしたいのですが。



私でよければ、またお会いした時にお話しさせてください。



ぜひ！よろしくお願いします。