

2016年度前期 マーケティング II ケース: エフティ資生堂ヘアケア事業

課題1: 概要(4/20)、WS(4/27)、ピアレビュー(5/11)、レポート提出(5/18)

エフティ資生堂のヘアケア事業について、資源環境分析をし、成長課題を指摘せよ。

使用する理論: 資源環境(R&E)分析(消費者トレンド、技術トレンド、経済状況、等)

SWOT、Five Forces、Value Chain & Competitive Advantage、PPM

課題2: 概要(5/18)、WS(5/25)、ピアレビュー(6/1)、レポート提出(6/8)

エフティ資生堂のヘアケア事業について、課題1での分析を発展させ、WHO-WHAT-HOWフレームの特にWHOおよびWHATについて、STP分析、そのブランドプロミス、コンセプト、差別化ポイント、同質化ポイントを分析し、成長課題を指摘せよ。

使用する理論: WHO-WHAT、STP、ブランドプロミス、コンセプト、差別化ポイント、同質化ポイント

課題3: 概要(6/8)、WS(6/15)、ピアレビュー(6/22)、レポート提出(6/29)

エフティ資生堂のヘアケア事業について、課題1、課題2での分析を発展させ、WHO-WHAT-HOWフレームの特にHOWについて、そのプロモーション・ミックス、流通チャネル・ミックス、キービジュアル、トーン&マナー等を分析し、成長課題を指摘せよ。

使用する理論: HOW、プロモーション・ミックス、流通チャネル・ミックス

キービジュアル、トーン&マナー

課題4: 概要(6/29)、WS(7/6)、ピアレビュー(7/13)、レポート提出(7/20)

エフティ資生堂のヘアケア事業について、これまでの分析を発展させ、R&E分析、WHO-WHAT-HOW分析を総合して行い、その成長課題をまとめよ。

使用する理論: R&E-WHO-WHAT-HOW

考慮すべき点:

R&E: どの程度の成長(売上)を目指すべきか; その根拠

WHO: Psychographics分類(価値観、ライフスタイルなど)

誰をTargetとすることでどの程度の成長(売上)になりそうか

WHAT: WHOのneedsに対応しているか

HOW: WHATが適切か or HOW自体(表現、表現の統一性、メディア選択)が適切か

注:

1. 各ピアレビューの回までに、ピア・レビュー・グループのメンバーに自分の課題レポートをシェアできるように分析レポートを用意すること。

2. 各レポート提出の回までに、課題に対するピア・レビュー結果をもとに、修正分析レポートを用意し、提出すること。それを主な採点の対象とする。

フォーマットはいずれもA4、Word or PowerPoint 2ページ程度以上。

レポート作成には、(1)資料収集力(正しい情報源を選択することを含む)、(2)分析力、が求められる。

ーレポート用意の際に周りとは議論するのはもちろん構わないor推奨されるが、絶対に人の真似をしないこと。

ー資料収集を人と共同で行うのは構わない。ただただ自分だけ楽をしようとするしないこと。共同でやるならば、責任を分担すること。

ーネットの分析を参考にするのは構わないが、絶対に真似をしないこと。