

売れる商品作りとは？

「売れる」仕掛け

物産展の
カリスマ!!

はこの人に聞け!

物産展で売れる商品作りとは何であるか。

1. 消費者目線、2. 作り手の目線、3. 販売する側の目線。

ものづくりする側から見れば、ごく一般的な視点だが、物産展の商品作りはさらに踏み込んだ奥深いものがある。これらを一つひとつ詳細に解説していく。さらに、売れる商品と売れない商品の宣伝方法の違い、物産展会場の雰囲気作りといった仕掛け人ならではの具体的な情報を伝える。



◆◆◆カリキュラム◆◆◆

- | | |
|------------------|-----------------------|
| 1. 売れる商品作りの3つの視点 | 3. 今後の販売戦略、販売チャネルを考える |
| 2. 売れる商品、売れない商品 | 4. 現場の大切さ |



講師プロフィール

株式会社オフィス内田 代表取締役

内田 勝規 (うちだ かつのり)

中央大学卒業後、東武百貨店入社。「北海道物産展」売上げ日本一を達成。物産展に未登場だった商品を開発、大ヒットさせ、物産展の「カリスマバイヤー」と呼ばれテレビ、雑誌、新聞に取り上げられる。2010年退社後、(株)オフィス内田設立。



お問い合わせは

株式会社ブレイン
0422-49-6262

