

報道関係各位

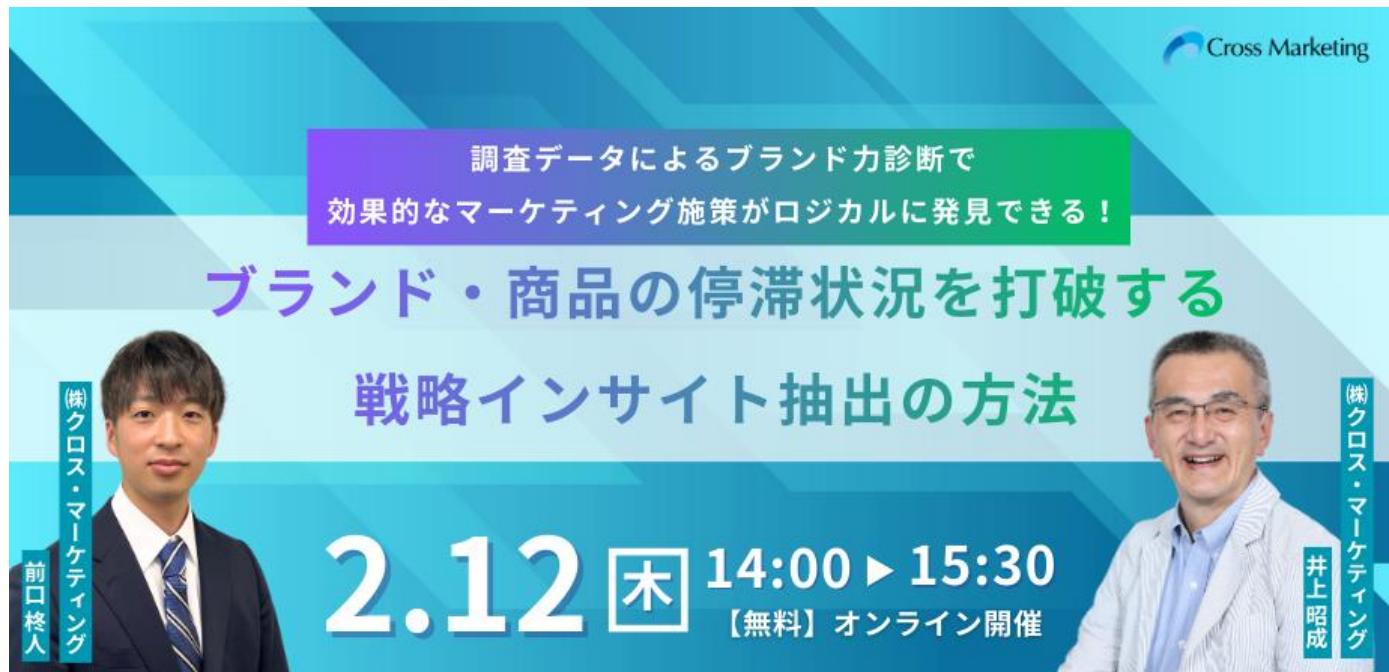
2026年2月5日
株式会社クロス・マーケティング

ブランド・商品の停滞状況を打破する 戦略インサイト抽出の方法

2026年2月12日（木）14時～15時30分 無料オンラインセミナー

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区 代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹、以下当社）は、2月12日（木）にセミナーを開催いたします。

詳細・お申込みはこちら <https://www.cross-m.co.jp/seminar/20260212>



■セミナー内容

「マーケティング努力をしているつもりだが、思ったような成果が上がらない」「そもそもどのような打ち手が効果的なのかが判断できない」とお悩みの皆様へ。

本セミナーでは、効果的なマーケティング施策の方向性をロジカルに発見できるオリジナル調査メソッド“4P-MRI (4P-Marketing Result Index)”をご紹介します。

このメソッドは、数多くのヒット商品を生み出してきた信頼実績の高い商品開発理論をベースに、カテゴリー代表価*、コンセプト力、パフォーマンス力等の多角的観点でブランド・プロダクトの健康状態やマーケティング施策の成果を測定・データ化した上で、マーケティングの4Pの観点で販売の好不調の原因がどこにあるのか、何に対策をすればよいのかを明らかにするものです。

*カテゴリー代表価…あるカテゴリーにおいて消費者が最も代表的と認識するブランドや商品のこと

当日は、自主調査を用いた戦略インサイト抽出の具体的な事例も詳しく解説いたします。ブランド・商品の現状を打破し、次なる成長戦略を描きたいと考えている方は、ぜひご参加ください。

4P-MRI (4P-Marketing Result Index) とは…

https://www.cross-m.co.jp/report_all/4p-mri

■プログラム

- 1.新サービス“4P-MRI（4P-Marketing Result Index）”を支えるマーケティング理論と、サービス内容のご紹介
- 2.自主調査（飲料）を用いた戦略インサイトの抽出事例

■このような方にオススメ

- ブランド・商品が売れていない原因をロジカルかつ戦略的に発見したい方
- 売れていないブランド・商品に対してどんな施策が効果的かを明らかにしたい方
- 上市したブランド・商品の定期的な管理ができておらず、売れなくなつてから対応に追われることに課題感を感じられている方
- 上市したブランド・商品の時系列変化や、競合商品の状況を売上データでしか追えていない方
- 過去の当社のブルーオーシャン領域での商品開発関連のウェビナーに参加され、より具体的な事例を知りたい方

■開催概要

名称：調査データによるブランド力診断で効果的なマーケティング施策がロジカルに発見できる！

ブランド・商品の停滞状況を打破する戦略インサイト抽出の方法

日時：2026年2月12日（木）14:00～15:30

参加方法：Zoomによるオンラインセミナー・事前申込制 ※前日に視聴URLをお送り致します。

参加費：無料

詳細・お申込みはこちら：<https://www.cross-m.co.jp/seminar/20260212>

※競合企業などご参加をお断りする場合がございます。

今後も当社は、さまざまな手法を取り入れながら、お客様のマーケティングパートナーとして、ニーズに適したマーケティングリサーチ、マーケティングソリューションを提供していきます。

【会社概要】

会社名：株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>

所在地：東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立：2003年4月1日

代表：代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容：マーケティング・リサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社クロス・マーケティング セミナー事務局

seminar@cm-group.co.jp