

01 回を重ねるごとに、会社のDXビジョンのロードマップをしっかりとつくり出すことができました。今後もアップデートし続け、会社のミッションを明確にしていきたいと思います。

02 DX推進をリードしていく立場として、非常に刺激的で充実したスクールでした。経験豊富な他業種の方々とのディスカッションは大変刺激になり、学びの機会になりました。

Schedule / 基本スケジュール / 10:00~16:00

オリエンテーション
基礎講座
テーマ別インプット
昼食休憩(各自)
グループワーク(ケーススタディ)
アカウンティング講座
終講・次回のご案内

※カリキュラム・スケジュールは変更となる場合がございます。予めご了承ください。

デジタルツールを活用した効果的な育成

スクール中はオンライン学習プラットフォームを活用。予習・復習・自己啓発だけでなく、ツールを使って受講生同士や弊社講師とコミュニケーションを行うことで、より自発的で効果的な学習が可能となります。セミナー修了後も学びの定着につながる動画コンテンツが1年間視聴できます。



- 資料ダウンロード
- コミュニケーション
- アンケート
- カリキュラムに合わせた予習
- 復習用動画コンテンツ

監修

リーディング・ソリューション

Leading Solutions

株式会社リーディング・ソリューション
(タナベコンサルティンググループ)

代表取締役 中田 義将 氏

2004年の創業以来、上場企業・中堅企業を中心に300社以上のBtoB企業を支援してきたBtoB特化のデジタルマーケティングカンパニー。

創業者である中田氏は、経営コンサルティング会社入社後、グループ会社設立に参画。グループ会社役員を経て、同社を設立。上場企業・有名企業を中心に、多数のコンサルティング実績、マーケティング支援実績がある。

著書に『「分析」で成果を最大化するBtoBビジネスのデジタルマーケティング』、『新規顧客をウェブサイトで開拓する方法』がある。

お問い合わせ

株式会社タナベコンサルティング

E-mail seminar@tanabeconsulting.co.jp

東京

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-2 鉄鋼ビルディング9F
TEL 03-6758-0083

大阪

〒532-0003 大阪市淀川区宮原3-3-41
TEL 06-7177-4008

完全オンラインだから実現する、
学びのDX

オンラインでインプットとアウトプットを繰り返す、
「元の状態に戻らない」新しいサイクル・メソッド。

スクール当日だけではなく、オンラインでの事前・事後学習・他受講生とのコミュニケーションを通じて、より良い教育効果を実現します。

スキルアップを前提としたスクールだからこそ、インプットとアウトプットによる「学びを止めない」仕組みをつくることで、より実践に即した成果を生み出します。

貴社の育成担当者と連携し、受講生の成長をサポート

弊社オリジナルの「ワークシート」を活用して、貴社の育成担当者と連携し、受講生の成長をサポート。貴社・受講生・コンサルタントの三位一体で「サイクル・メソッド」の定着を促し、より密度の高い学習を実現します。

コンサルタントが直接ご報告

コンサルタントが、受講生の研修内容や受講状況をご報告いたします。本人の特徴(良い点と課題)に加え、成果物と今後の指導ポイントをあわせて、人材成長と会社貢献の視点から、育成アドバイスをいたします。

開催概要

開催日程 1日間×5カ月

開催月 2025年5月～9月

開催地 オンライン開催

日程の詳細はホームページよりご覧いただけます。
※開催日につきましては変更になる場合もございます。予めご了承ください。

受講対象 マーケティングDX戦略を推進する責任者・推進リーダー・
事業企画・事業推進に携わる責任者・リーダー

参加概要

早期割引 2025年2月28日までにお申込みで10%割引

申込期限 開催日の1週間前までにお申込みください。
※事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。

受講料 お一人様/ 231,000円(税込)
※セミナー期間中の教材費を含みます。

申込方法

ホームページからお申込みください。詳細もこちらからご覧いただけます。

タナベ DXリーダースクール

検索

携帯電話、スマートフォンからもお申込みできます。▶▶▶

TCG TANABE CONSULTING

DX認定

2025

DXリーダースクール
マーケティングDXコース

DX Leadership School / Marketing DX

戦略×デジタルを理解し、
自社のマーケティングDXを推進するリーダーをつくる

Point
1
自社にマーケティングDXを
実装するための
戦略ロードマップを描き、
アクションプランを明確にする

Point
2
自社の組織戦略として
マーケティングDXを推進し、
営業のデジタルシフトを
実現するスキルを身に付ける

Point
3
DXの全体像を理解し、
戦略へと組み込み、
投資判断ができる
知識を習得する

First Call Company 100年先も一番に選ばれる会社へ、決断を

TCG TANABE CONSULTING

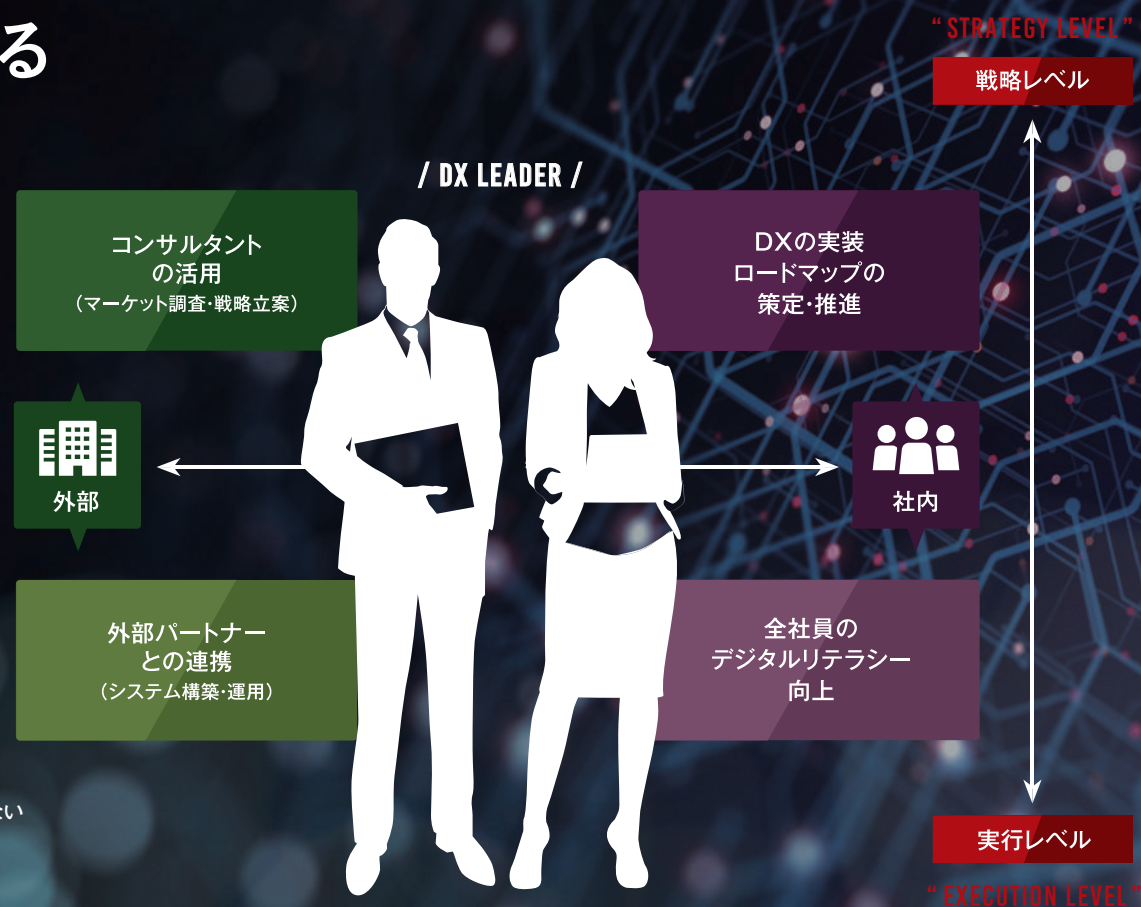
2024.10

戦略設計×デジタルマインド醸成で、 自社にDX実装するまでの ロードマップを策定する

DXを推進するうえで、最初の壁となるのは「人材」です。
タナベコンサルティングでは、戦略を理解しているだけでも、
デジタルに精通しているだけでもない、
「自社の戦略を理解し、デジタルを用いて競争力を高めること
ができる人材」をDX人材と定義しています。
当スクールでは、「マーケティング」領域において、右図のよう
な「戦略」と「デジタル施策」を両軸で推進できるDXリーダーを
育成します。自社の現状と課題に即して、「戦略」と「マーケ
ティング」と「DX」を総合的に考える力を養います。

こんな課題はありませんか？

- ☐ 戦略的にDXを推進したいが、DXを理解している責任者・推進者が不足している
- ☐ 今までの営業スタイルを変えたいが、どのようにDXを進めていけば良いかわからない
- ☐ 自社内でDX人材を育成していきたいが、どのように学ばせるべきかわからない



Contents スクール内容

グループワーク

コンサルティング事例のケーススタディをもとに、
チームに分かれてディスカッションを行います。問題
の本質を把握し、的確に判断できる能力を習得。さ
らにグループワークを通じて自社の戦略に落とし込
むことで、より実践的な学びへと繋がります。

基本講義

基本知識だけでなく、コンサルティング
事例を交えた実践に結びつく講義
を、各回のテーマに応じて行います。
DXビジョンを実現できるDXリーダー
になるための理解を深めます。

アカウンティング講座

DXリーダーに不可欠な計数知識として、「KPI設計」
「投資回収と投資判断」などを学びます。それらの内
容はワークシートを通じて自社へ反映し、DX戦略・計
画の作成に活用します。

DX実装に向けたビジョンロードマップ

5ヵ月間のスクールを実施することで最終的にDXビジョ
ン実現のロードマップが完成します。最終回では「DX実
装コミットメント」として発表し、DXリーダーとして今後
どのように自社を変革していくのかを明確にします。



性格診断で自己分析

性格診断では、個人の考え方・価値観を定量的に分
析し「強み」や「注意点」を把握します。事前に自身の特
性を理解することで、テーマ感を持って、より有意義に
セミナーにお取り組みいただけます。



5 Curriculum / 全5回カリキュラム / ※変更になる場合がございます。

MARKETING

DX LEADER SCHOOL

第1回



DXビジョンの明確化

DXを実装するうえで、最初にすべきことは「ゴール」を定
めること。DXの全体像や潮流を踏まえ、自社がマーケ
ティングDXを推進する目的やミッションを明確にします。

INPUT

- ▶ 講義「DXの潮流とマーケティングDX」
- ▶ アカウンティング「貸借対照表と損益計算書」
- ▶ デジタルマーケティングツール

OUTPUT

- ▶ グループワーク (ケーススタディ)
「ミッションの再定義とDXビジョン」
- ▶ ホームワーク
「DXリーダーとしてのスキルセット」
「自社のDXビジョンの明確化」

第2回



自社のケイパビリティ を把握する

ケイパビリティとは、自社の組織が持つ能力や可能性その
もの。マーケットを分析するだけでなく、自社の現状のケ
イパビリティを分析し、把握することで、DX実装への基礎を
固めます。

INPUT

- ▶ 講義「マーケットとケイパビリティ」
- ▶ アカウンティング「損益分岐点」
- ▶ ホームページ分析

OUTPUT

- ▶ グループワーク (ケーススタディ)
「マーケティング現状分析と改善方向」
- ▶ ホームワーク
「自社を取り巻くマーケット分析」
「自社のケイパビリティ分析」
「デジタルマーケティング分析」

第3回



顧客価値のリ・デザイン

マーケティングにおいて、最も重要なことは「顧客価値」を
追求すること。自社の真の顧客は誰か、その顧客に対して、
提供できる価値は何かを見直し、DXを推進する判断基準を
明確にします。

INPUT

- ▶ 講義「体験価値をデザインする」
- ▶ アカウンティング「キャッシュフロー」
- ▶ 外部パートナーとの付き合い方

OUTPUT

- ▶ グループワーク (ケーススタディ)
「顧客価値を向上させる判断基準」
- ▶ ホームワーク
「STPの再設計」
「マーケティングミックスの最適化」
「カスタマージャーニーと施策設計」

第4回



DX戦略を設計する

いかに良いマーケティング戦略を設計しても、社員が動か
なければ意味がない。DXを推進していくためのアクショ
ンプランを描き、体制を構築することで、成果を生み出す
ためのカルチャーを創ります。

INPUT

- ▶ 講義「DXカルチャーと推進体制」
- ▶ アカウンティング「DXの投資判断」
- ▶ 社内プレゼンテーション

OUTPUT

- ▶ グループワーク (ケーススタディ)
「アクションプランと推進体制」
- ▶ ホームワーク
「デジタルマーケティング戦略の設計」
「DXビジョン実現に向けたアクションプラン」
「マーケティングDX推進体制」

第5回



DX実装に向けた コミットメント

戦略設計とデジタルマインドを両立した人材こそが「DX
リーダー」となる。スクールでの集大成をメンバーに共有
することで、DXに向き合い、社内に変革をもたらすコミッ
トメントをします。

INPUT

- ▶ 講義「マーケティングDXを実装する」
- ▶ DXリーダーに求められる思考②
- ▶ 他社のマーケティングDX

OUTPUT

- ▶ グループワーク
「DX実装に向けたコミットメント」
「DXロードマップの完成」