

# ETC 마케팅 전문가 과정 II

## 성장 기회를 만드는 Customer Unmet Needs Analysis

### 2019. 10. 15 (TUE) 1st day Program Agenda

#### 10:00-11:00 | PART1. 현실 공유

[오프닝특강] 마케터의 성장, 새로운 성장의 기회를 찾는 것은 왜 중요한가?  
[Workshop] 성장의 기회를 찾기 위해 무엇을 했는가? 무엇이 어려웠는가?

#### 11:00-13:00 | PART2. 성장 기회를 찾는 원칙 학습

[Analysis 1] Treatment Unmet Needs 성장의 기회는 어디에 있는가?  
1. 기존 치료의 한계, 문제  
2. 치료 가이드라인의 변화  
3. 환자 발굴의 어려움

#### 13:00-14:00 | LUNCH

14:00-16:00 | [Analysis 2] Strategic Focus: 우리가 전략적으로 집중해야 될 곳은 어디인가?  
1. Right Customer  
2. Patient Pathway

[Analysis 3] Customer Behavior: 고객의 행동에 반영된 Needs는 무엇인가?

#### 16:00-18:00 | PART3. 성장 기회를 찾기 위한 훈련 I (가상 제품A에 대한 간단한 소개 자료)

[Exercise 1] 시장을 분석하기 위한 설문지 작성  
1. 사전 정보 분석  
2. 질문지를 통해 알고자 하는 목적 구체화  
3. 목적에 적합한 질문 작성 및 발표 (한 목적당 5-7개, 여러 개의 목적에 따른 질문 작성 가능)

[Exercise 2] 설문지 결과물 분석 (참가자 평가 + Feedback Session)  
1. 질문 영역 분석: 어떤 항목들을 질문했어야 했는가?  
2. 목적에 적합한 질문이었는가?

### 2019. 10. 16 (WED) 2nd day Program Agenda

#### 10:00-13:00 | PART4. 성장 기회를 찾기 위한 훈련 II (가상 제품A에 대한 가상 설문조사 결과)

[Exercise 1] 결과를 통해 '성장의 기회'를 구체화  
1. Data 분석  
2. Behavior 분석

#### 13:00-14:00 | LUNCH

14:00-17:00 | [Exercise 2] 가상 제품의 성장기회 발표 (참가자 + Feedback Session)

#### 17:00-17:30 | PART5. Summary

가상 제품 설문조사와 결과를 통한 성장기회 찾기의 모든 학습과정 정리