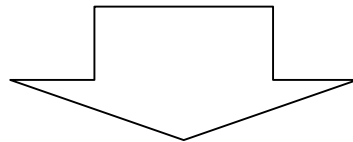


## マーケティング・販売 戦略・計画

(製造・商品企画の企業の場合)

既存製品があり、販売チーム、セールス・ルートがある場合はそのスタッフやルートで販売すれば良いが、新規製造・商品企画で参入した場合、販売実績がないのでいくら商品性をアピールしても販売できるという説得力に欠ける。

マーケティング・販売、必要なら宣伝(サンプルの予算まで考える)の人材や販売の提携企業を含めてプランを説明すべき。



作っただけじゃだめ。売ってはじめて儲かる。  
どうやって売るんですかの質問に準備する。