

無料体験セミナー

自分たちは顧客に どんな「価値」を提供していくのか

～ マーケティング戦略思考を使いこなせる人材育成 ～

●●日 時 平成30年 9月12日(水) 15:30~17:00
9月19日(水) 13:30~15:00

●●会 場 あべのハルクス 25階 会議室CD
受講後の情報共有・自社へのフィードバックのためにも、
各社様、なるべく2名様以上でのご参加をお勧め致します。

部門TOPから最前線の社員まで、揺るぎない意思統一を 図るためのフレームワークをマスターして頂きます

講座について

目的 → ターゲット → 戦略 → 戦術

簡潔に言えば、これを自分の会社・部門・チームに落とし込めるか?ということです。

目的：予算達成等にしていますか？

例えば警察ならば、どういうことを落とし込んでいきますか？

目的は、検挙率47都道府県NO.1でしょうか？これは間違い。

目的：「安心感（防犯・安全面）を与える」であるはずです。

ターゲット：検挙率NO.1なら「犯人」ですが。

答えはもちろん「地域住民の方々」でしょう。

戦略：戦略と戦術は混同されがちですが、解りやすい戦略の立て方は、「～～と感じていただく」「～～思っ貰う」とすると非常に明確になります。

つまり、冒頭の目的設定なら「ここは警察がしっかりしていて、犯罪も少ないし、安心して暮らせる街だなあ」と感じて頂く、となるのではないのでしょうか？

戦術：戦略を実現させる具体的な施策、それが戦術です。

先の「検挙率NO.1を実現する」はここに登場すべき戦術の1つです。他にも戦略を実現するための施策はいくつも出てきます。

この「戦術」を自部門のメンバーに役割分担して貰うのです。

ご自身の会社・部門・チームが、ターゲット顧客に何を求められそれを提供するために何をすべきなのか。競合他社に打ち勝つため

目的 → ターゲット → 戦略 → 戦術 で自社の価値を再認識してみませんか？

研修プログラム（6時間コース） 無料体験セミナー（約1.5時間）

マーケティング・フレームワークトレーニング

1. 目的設定：顧客が本当に求めているもの自分たちが提供しなければいけない、本当の価値は何？
2. ターゲット設定：後方支援部門のターゲットは誰に設定すべきか？などを含め、設定トレーニング
3. 上手な戦略の立て方
わかりやすく、覚えやすく、楽しくなることが大事。
この戦略が素晴らしければ、戦術は絞り込める！
4. 戦術
戦術は、単発であったりずっと同じでは速度が鈍化してしまいます。連打が大切で、そこに社員のやる気とアイデアが盛り込まれているかが、継続の秘訣。
5. チームの意思統一を図るフレームワークは人事考課の目標設定にも活用できる！

※事情により講師・プログラムの内容の一部が変更となる場合がございます。

講師

(株) Kサポート 取締役 教育研修事業部長
日本メンタルヘルス協会 公認心理カウンセラー
輪嶋 啓匡 (わじま ひろただ)