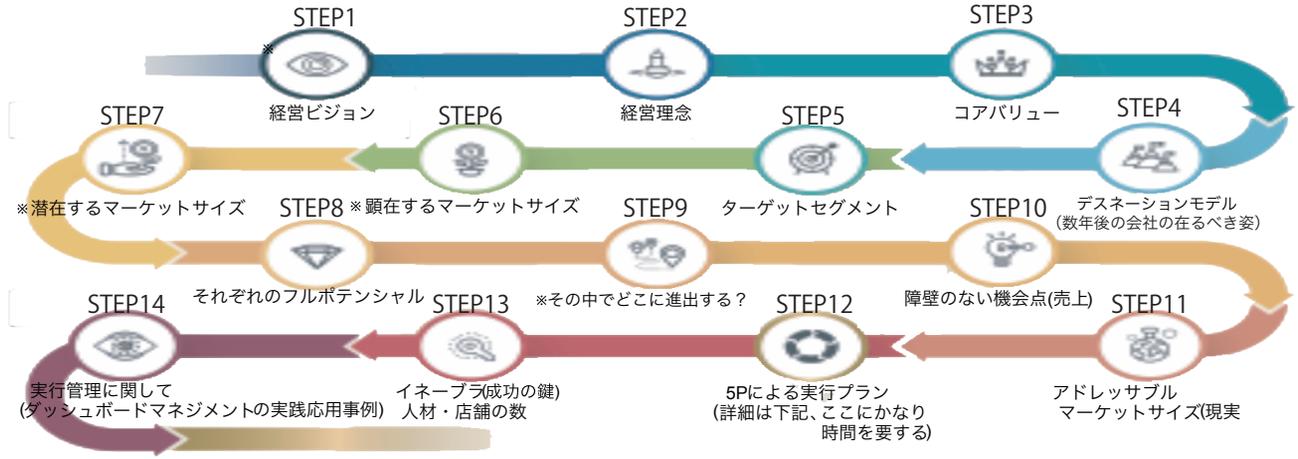


講義内容【原田流経営戦略思考法】事業計画プロセス



※全ての講義を受講するのは1年コースです。参加者の理解度・進捗によって進行していきます。受講型セミナー型ではなく、全員参加のワークショップ型です。各回、『世の中トーク』と『お悩み相談コーナー』を設けております。各回、塾終了後は懇親会にて、参加者の皆様と異業種交流を開催いたします。原則、講師も参加します。

原田流マーケティング 5P フレームワーク



- 社員に向かって
- ①採用
 - ②教育
 - ③離職率
 - ④平均年齢
 - ⑤競合力のある賃金制度 (採用力、人材喪失防止)
 - ⑥後継者育成
 - ⑦社員満足度調査の手法と効果測定
 - ⑧成果報酬型賃金制度
 - ⑨残業改善
 - ⑩女性の活性化
 - ⑪ジョブポスティング (社内公募制度)
 - ⑫退職の出口の作り方
 - ⑬社員の活動と時間配分
 - ⑭評価制度
 - ⑮褒賞制度リワードアワード
 - ⑯エマージェンシーホットライン (顧客)
 - ⑰コンプライアンスホットライン (社内)
 - ⑱危機管理体制
- 顧客に向かって (誰に売りたい?)
- ターゲット顧客層
- ①年代
 - ②職業別 (デモグラフィ)
 - ③地域
 - ④所得層別



- ①有形の価値は?
- ②無形の価値は?
- ③独自の価値は?
- ④3年間の価値向上は?パイプライン
- ⑤競合分析
- ⑥商品の強みと弱みを整理する
- ⑦どこで勝つ?どこで負けてもいい?
- ⑧客数を向上させる商品
- ⑨利益を創出する商品
- ⑩独自性の進化
- ⑪購買頻度の向上
- ⑫客単価をどのように上げていくか?
- ⑬スイッチングコストをどのようにあげるか?
- ⑭SKU (商品の数)の最適化
- ⑮事業ポートフォリオ (ビジネスサイクルに関する考察)
- ⑯積み上がる経営になる商品戦略 (リカーリング、ストック型)
- ⑰この為にどんな投資が必要か?
- ⑱商品開発力強化の為に戦略 (人材力と投資力)



- ①コストプラスの考え方は? (どれぐらい粗利を取るのか?)
 - ②価格競合力の設定の仕方 (プレミアムでいくのか?安くいくのか?)
 - ③顧客からの利益額の最大化 (1ヶ月、1年、一生)
- サブスク戦略、早割
- 顧客用ロイヤリティプログラムはありますか?
 - 継続率、再購買率向上の為に施策
 - 客数と客単価のバランスと成長戦略
 - トレードアップ戦略
- 投資戦略 キャッシュフローマネジメント
- 投資キャッシュフロー
 - 営業キャッシュフロー
 - フリーキャッシュフローの管理
- ROI分析
- 投資に対するリターン
 - マーケティング広告に対するリターン
 - プロモーションに対するリターン
- 資金調達 自己資金、融資、上場、FC化



- ①クレドは存在しますか?
 - ②クレドの活用は十分ですか?
 - ③顧客用ロイヤリティプログラムはありますか? (マイルージやポイントバック等)
 - ④社内コミュニケーションの手段
 - ⑤コミュニケーションの量と質のバランス
- ブランド政策
- ブランドの一貫性
 - ブランド資産の構築と短期プロモーションのバランス
 - 継続的売上向上のプロモーション
 - 社会に愛される会社認知をどのように作ってますか?
 - 全ての社員が会社のブランドの伝道師として行動する為にどのような施策をやっているか?



- 店舗モデル
- ①多店舗展開
 - ②フランチャイズ施策
 - ③サプライチェーン
- 取引先との契約条項
- ①サービスレベルアグリーメント
 - ②支払いサイト (売掛金、買掛金)
- BCM 管理
- ①依存度チェック
 - ②危機管理 (リスクの仮説と検証)
- 火事の現場で消防士が対策会議をやるのか?
- ③一社調達か複数社調達か?等々
- ITシステム会計システム
- ①インソース、アウトソースのバランス