

≪“競争戦略構築力&顧客囲い込み力” 強化コース・カリキュラム≫

コース名・日程	対象者	ねらい
<p>顧客を守り抜く競争戦略を練り</p> <p style="text-align: center;">顧客囲い込み力を強化する！</p> <p style="text-align: center;">“競争戦略構築力&顧客 囲い込み力” 強化コース</p> <p>【日程：本研修 2 日】</p>	<p>・ 経営幹部</p>	<p>◎ケーススタディーで学んだ営業戦略&戦術策定手法と分析力&課題解決力を踏まえ、自由競争を勝ち抜くための自社（自部門）に最適な競争戦略（営業戦略&戦術）を策定します。</p> <p>◎競合先から顧客を守り抜くために、有力ガス会社・ガスショップの事例を参考にしながら、以下のステップで自社の顧客囲い込み策を明確にして戴きます。</p> <p>① 自社の環境分析から“戦略ドメイン”の明確化</p> <p>② “商品・サービス力強化対策”の策定</p> <p>③ “プロモーション・活動力強化対策”の策定</p>
<p>＜本研修：研修内容と進め方＞テーマ：競争で勝ち残るための戦略構築力を磨き、自社の顧客囲い込み策を立てる！</p> <p>1. 競争環境下での営業戦略と戦術策定の必要性を知り、策定方法を身につける</p> <p>1) 競争環境下での効果的な営業戦略策定の必要性を知る【講義】</p> <p>2) ケーススタディー：倒産寸前の危機から繁栄を勝ち取った「町の電気店」の実例を題材に、営業戦略・戦術策定方法を学ぶ【ケーススタディー視聴・講義】</p> <p>2. 競合先から顧客を守り抜くための戦略と戦術（対策）を練る</p> <p>1) 環境分析から“戦略ドメイン”を明確にする～有力ガス会社・ガスショップの顧客対策事例に学び、診断結果と事例を踏まえ、環境分析から戦略ドメインとコンセプトを考える～【G 討議・発表・質疑】</p> <p>2) “商品・サービス力強化への対策”を明確にする～有力ガス会社・ガスショップの商品・サービス対策事例に学び、診断結果と事例を踏まえ、商品・サービス力強化への対策を練る【G 討議・発表・質疑】</p> <p>3) “プロモーション・活動力強化への対策”を明確にする～有力ガス会社・ガスショップのプロモーション・活動対策事例に学び、診断結果と事例を踏まえ、プロモーション・活動力強化への対策を練る【G 討議・発表】</p> <p>3. 競合先から顧客を守り抜くための戦略と戦術（3つの対策）の発表【グループ別発表と質疑応答並びに講評】</p> <p>4. 自社の環境分析（SWOT）を踏まえて自社の営業戦略・戦術を立てる【個人ワーク・発表・質疑応答・講評】</p>		