

# 営業中心・弱者の戦略中心の経営計画書作り【DVD 8巻】

**決算書の分析中心・会計中心ではない、本当の経営計画書が作れます。**

<b>1章 現状分析</b> 1 成長性分析 2 利益性分析の意義 3 利益性分析の考え方 4 利益性分析 5 過去の利益蓄積分析 6 まとめ。総合評価	<b>6章 業界と客層計画</b> 1 お客が会社の場合 2 お客が個人の場合
<b>2章 経営の構成要因と利益性の原則</b> はじめに 1 経営の全体像をはっきりさせる 2 経営を構成する8大要因 3 構成要因のウエイト付 4 利益性の善し悪しを決める原則 5 株式上場企業で検証	<b>7章 営業計画</b> 1 流通段階の決定 2 スポット型の販売手順 3 継続型の販売手順 4 得意先をABC分析 5 1位の得意先を作る 6 社長がお客を定期的に訪問 7 販売戦術力を高める 8 DM、チラシ、広告、インターネットの利用
	<b>3章 戦略と戦術</b> 1 軍隊の将校が研究するテーマ 2 戦術とは1対1の勝ち方 3 戦略とは軍全体の勝ち方 4 ランチェスター法則 5 実行手順のウエイト付 6 竹田ビジネスモデル
<b>4章 商品計画</b> 1 弱者の戦略が常識になっている 2 商品計画の目的は1位の商品作りにある 3 目標の決め方 4 最大範囲を狭くする 5 1位になれるだけの人と資金を配分 6 革新計画を立てる 7 ライフサイクルの原則 8 新事業開発	<b>9章 組織計画</b> 1 人員配分の原則 2 将来の事業に対する先行投資 3 経営規模で変わる役割分担 4 従業員教育は社長の役目 5 賃金制度と処遇
	<b>5章 営業地域計画</b> 1 地域対策の目的は1位の地域作り、強い地域作り 2 1位の地域の作り方 3 最大範囲を狭くする 4 実態調査をする 5 ローラー調査と必勝の人員投入
<b>5章 営業地域計画</b> 1 地域対策の目的は1位の地域作り、強い地域作り 2 1位の地域の作り方 3 最大範囲を狭くする 4 実態調査をする 5 ローラー調査と必勝の人員投入	<b>11章 経営理念と将来計画</b> 1 経営理念とは 2 将来計画を立てる
	<b>12章 社長の実力向上計画</b> 1 規模で変わる社長の役割 2 業績の何割が社長の実力でできるか 3 社長の実力が決まる要因 4 質の向上計画 経営計画のまとめ方 3カ月間の実行計画書作り