

ランチェスター法則による1位作りの営業戦略【DVD5巻】

1位の得意先と1位の地域を作り、1人当たりの利益を2倍にする
社長以外に役職者の研修にも使える、実践的な戦略教材

<p>1章 営業の基本原則</p> <p>1 中小企業の利益実態 2 経営の全体像を確認 3 経営システムと構成要因 4 利益性の原則を確認 5 実行の手順をはっきりさせる 6 経営の目的 7 目標 8 戦術 9 戦略 10 ランチェスターの法則 11 2種類の戦略</p>	<p>3章 市場占有率の高め方</p> <p>1 利益性の原則と占有率 2 デットラインの法則 3 占有率を高めるとなぜ経常利益が多くなるか 4 占有率の高め方 A 上位集中型の場合 B 小口分散型の場合 C 中間型の場合 5 効果的な訪問回数の割付 6 訪問時の滞在時間も3つに区分 7 損益分岐点の原理を応用した利益増加計画</p>
<p>2章 強者の営業戦略と弱者の営業戦略</p> <p>A 強者の営業戦略 B 弱者の営業戦略</p> <p>1 1位作りに焦点を当てた営業システムを作る 2 強い会社は攻撃しない 3 強い会社と違ったやり方の差別化をする 4 目標は小規模1位主義で 5 勝ちやすい目標の発見は細分化で 6 弱者の製造会社は規模が小さな営業ルートを重視 7 部品製造業は規模が小さな業界に力を入れる 8 完成品製造会社の流通戦略 9 後発会社は最終利用者へ直接販売 10 弱者は納期を早くする</p> <p>まとめ1. 竹田ビジネスモデルとマーケティング まとめ2. 業績不振7つの原因</p>	<p>4章 販売担当者の実力の高め方</p> <p>1 営業形態の違いを知る 2 販売担当者の実力を決める公式 3 訪問面会件数の増やし方 4 質の高め方 5 販売担当者の教育の進め方</p> <p>5章 新しいお客の作り方</p> <p>1 飛込みによる新規開拓 2 インターネットの利用 3 店舗の集客力 4 ダイレクトメール 5 講演会の講師になる 6 お客の紹介による新規開拓</p> <p>全体のまとめ</p>