

ランチェスター法則による戦略★名人 DVD 改訂版

第1章 経営の基本原則と経営システム 1. 経営を構成する中心的な要因を明確にする 経営の全体図、その1、その2 2. 経営を構成する中心要因のウエイト付 3. 利益性の原則をはっきりさせる 4. 強者の条件 5. 1位になるとなぜ経常利益が多くなるか 6. 株式上場企業で検証 (約62分)	6. 資金力を生かして新製品の開発には力を入れる 7. 経営の重要なところは思い切って革新する 8. 量を重視した経営をする。他 (約64分)
第2章 戦略と戦術をマスター 1. 社長は経営に対する熱意と研究心を高める 2. 経営の目的は強い商品作り、1位作りに定める 3. 自社に合った目標を定める 4. 戦術の語源はギリシャのタクティコースにある 5. 戦略の語源はギリシャのストラテジアにある 6. 経営に必要な情報を集める 7. 重要なものは計画的に革新する 8. 実行手順のウエイト付 9. 業績の何%が社長1人の経営実力で決まるか 10. 竹田ビジネスモデル(経営の全体図) 11. 経営全体のウエイト付 (約72分)	第5章 弱者の経営戦略。その1 1. 社長は1位作りに強い願望と強い研究心を持つ ①積極的な心構えを持つ ②逆また真なりの法則を応用 ③強い向上心と研究心を持つ ④意欲と向上心 2. 弱者は強い会社を攻撃しない 3. 弱者は強い会社と違った経営をする 4. 目標の発見は細分化して考える (約68分)
第3章 ランチェスター法則 1. ランチェスターの法則。第1、第2 2. 2種類の戦略概念 3. 2種類の経営戦略概念 ①優勢企業の戦略 ②劣勢企業の戦略 4. 理想的な経営とは生産性の向上になる	第5章 弱者の経営戦略。その2 5. 市場規模が小さな商品に力を入れる A. 1位を目ざす重点商品の決め方 B. 商品の範囲は狭くする 6. 市場規模が小さな地域に力を入れる A. 1位を目ざす重点地域の決め方 B. 弱者は営業地域の最大範囲を狭くする 7. 業界と客層の決め方 A. 市場規模が小さな業界・客層に力を入れる B. 弱者は業界と客層の範囲を狭くする 8. メーカーは流通段階を少なくする 9. 弱者の営業戦略 10. 顧客維持の戦略 (約69分)
第4章 強者の経営戦略 1. 総合1位主義 2. 市場規模が大きな市場を重視 3. 商品、営業地域、客層の範囲は広くする 4. 卸会社を使った間接販売をする 5. テレビや新聞など、マス広告を積極的に使う	第5章 弱者の経営戦略。その3 11. 1位になれるだけの経営力を投入する 12. 弱者は軽装備を守る 13. 社長は時間戦略を実行する 14. 重要な経営情報は社外に流さない 15. 経営システム全体の整合性をチェック A. 経営の結果は利益に現われる B. 従業員1人当たりの純利益 16. 業績不振6つの原因。(完) (約76分)

あなたの戦略実力を、業界トップに高める戦略教材です。

※お申込みの方には、戦略テープ開発物語のCDを贈呈。

戦略★名人 改訂版
 定価 **90,000円**(税別)
 DVD6巻。6時間51分。テキスト付。



1938年生。久留米市出身。福岡大学経済学部卒。建材メーカーで経理と営業を担当後、28歳のとき企業調査会社に転職。中小企業の信用調査と倒産会社の取材を担当。34歳のときにランチェスター法則と出会い、以来同法則を経営全体に応用、研究する。44歳のときにランチェスター経営を創業。講演は4300回に。ランチェスター先生の墓参は7回に。

お申し込みは、FAXで。

ご住所	〒			従業員	人
会社名	ご氏名		様		
TEL	FAX				

ランチェスター経営(株) 〒810-0012 福岡市中央区白金1-1-8-301 TEL 092-535-3311
 制作 竹田陽一 HPIは <http://www.lanchest.com/> FAX 092-535-3200