

# ランチェスター法則による1位作りの商品戦略 DVD

目	次
<b>第1章 経営の基本原則</b>	10. 社長は忍耐力を強くする
1. 中小企業の利益実態	11. 社長は朝型を中心に時間戦略を実行
2. 経営の全体像を確認	12. 強い会社に商品情報を流さない
3. 経営システムと構成要因	13. 弱者は調子に乗らない
4. 利益性の原則を確認	<b>第4章 商品のライフサイクル</b>
5. 実行の手順をはっきりさせる	1. 商品のライフサイクル
6. ランチェスター法則	2. 代替商品の出現
7. シミュレーション	3. 小売業や飲食店は立地にライフサイクルが
8. 2種類の商品戦略	4. 原価漸減の法則
<b>第2章 強者の商品戦略</b>	<b>第5章 ポートフォリオ戦略PPM</b>
強者の戦略・概念 (コンセプト)	1. 商品の戦略的管理
強者商品戦略	2. 卸売業・業務用の販売業は地域管理に応用
<b>第3章 弱者の商品戦略</b>	3. 商品数が少ない場合の管理方法
1. 1位の商品作りに強い願望を持つ	<b>第6章 新商品開発の進め方</b>
2. 強い会社の商品を攻撃目標にしない	1. 業種転換の成功は3%
3. 強い会社と違った商品を決める	2. 弱者の新商品開発戦略
4. 市場規模が小さな商品で1位を目指す	3. 新商品開発のマトリックマス
5. 1位の商品目標は商品を細分化して検討	4. 新商品開発の失敗例
6. 特徴のある商品を重視	5. 新商品開発の進め方
7. 商品の幅や数は少なくする	6. 新商品の価格の決め方
8. 1位を目指す重点目標の数は1つに絞る	7. 新商品の販売方法
9. 1位の商品を作るには必勝の戦術力が必要	

録音スタジオによる撮影のため、画質、音質ともに良好です。  
社長、後継者、リーダーの戦略学習用教材に役立ちます。

## 商品戦略

定価 **63,000円**(税別)

DVD、4巻。4時間29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。35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かメールで。

メールアドレス [customer@lanchest.com](mailto:customer@lanchest.com)

〒	業種			従業員	人
ご住所	役職	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