

ランチェスター・サクセスプログラム・20人以下用

あなたを戦略の有段者にする本格的教材

上・経営の基本原則と弱者の戦略 8巻。8時間8分	
1章 現状を分析して事実を知る 1. 1人当たりの純利益は社長の実力を示す 2. 1人当たりの自己資本は設立以来の努力を示す	4. 細分化して1位になりやすいものを選び 5. 目標は自社が強いものの中から選べ 6. No.1創りは目標を一つに絞れ 7. 目標には必勝の戦術力を投入せよ
2章 経営の目的と要因 1. 経営の目的は市場占有率1位創りにある 2. 1人当たりの純利益は占有率の2乗に比例 3. 業績の善し悪しは社長の考え方で決まる 4. 経営の目的は利益なのか 5. 経営の基本構造と要点。他	6章 強者の経営戦略 7章 ランチェスター7・3の法則 1. 業績は戦略7に戦術3で決まる 2. 効果性は戦略、能率性は戦術 3. 戦略なき経営はバタピンのもと。他
3章 戦略と戦術を知る 1. 将軍の術とは 2. 兵士の術とは 3. 混同が多い戦略と戦術。他	8章 財務戦略 1. 経理における戦略と戦術 2. 資金の配分 3. 資金の調達 4. 採算チェックと利益蓄積計画。他
4章 ランチェスター法則を知る 1. 第1法則 2. 第2法則 3. 兵力数は同じでも兵器の違いで差が出る 4. 強者と弱者は市場占有率で区分。他	9章 タイムマネジメント 1. 戦略的時間目標の決め方 2. 成功者は時間戦略の実践者 3. 独立間もない社長は4倍型で 4. 時間戦略の実行は朝型で 5. 15年続けると戦略能力が高まる。他
5章 弱者の経営戦略 1. 強い会社とは戦わない 2. 目標を違えて差別化する 3. 市場規模が小さな商品に目標を定めよ	
下・営業力強化と実践編 12巻。10時間48分	
1章 商品戦略 1. 市場規模が小さな商品で1位を目指せ 2. 小さな会社は商品の幅を狭くせよ 3. 商品のライフサイクルを知る 4. 新商品開発のルール 5. 必勝ジャンケン法。他	4章 営業戦略 1. 弱者は直接的営業システムを作れ 2. 弱者のメーカーは末端刺激型の営業をせよ 3. 後発業者はエンドユーザーに直販せよ
2章 地域戦略 1. 小さな会社は地域の差別化が不可欠 2. 弱者は一騎打戦的地域を重視せよ 3. 営業の最大範囲を狭くせよ 4. 見えざる敵の移動時間 5. 営業マンの実質コストを確かめよ 6. 1年に1回は移動時間を調査せよ 7. どこで1位になるか重点地域を決めよ 8. 重点地域内は全数を調査せよ 9. 1回当たりの商取引額が小口になる会社は、近距離営業を重視せよ	5章 販売戦術力の高め方 1. 人は人間関係がいい会社に注文する 2. 訪問は情報収集の役目を果たす 3. 訪問件数を業界平均の3割以上多くせよ 4. 質を高めて売上を伸ばす法。他
3章 営業チャネル戦略 1. 弱者は身の程に合ったチャネルを選べ 2. 営業チャネルは1位になってから広げよ 3. 弱者は自社専用の販売ルートを作れ 4. 販売会社は1位の業界作りに取り組み	6章 戦略的新規開拓の進め方 1. 新規開拓の心理学 2. 初めて面会した人には売り込みをするな 3. 5回面会するまでは情報収集に徹せよ
	7章 顧客戦略 1. 経営で一番難しいのは顧客作り 2. 得意先から好かれる行動を実行せよ 3. 電話の取り方は得意先中心になっているか
	8章 リーダーシップ 1. P・Mリーダーシップ 2. 社長の実力分類表 3. 人間関係能力の高め方 4. 仕事遂行能力の高め方。他

小企業の経営戦略

定価 186,000円(税別)
20巻。合計18時間56分
テキスト、上・下各1冊付き



お申し込みはFAXで。分割払いを希望される方はお知らせ下さい。

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



小企業の経営戦略