

戦略

- 徹底的な差別化によるブルーオーシャン戦略で競争しない市場で商売を行う。
- 高付加価値のサービスの提供を行うためには、高単価のサービスは避けられない。高単価でも納得できるよう商品力を常に向上させる。
- 技術の変化による市場変化に最先端で関与する。

戦略1 商品・サービス

- 経営計画書と月次決算書をもとにしたPDCAサイクルの場
- 時代の変化を敏感にキャッチしたビジネス

戦略2 客層・地域

メイン

Sample

戦略

- 税
- 中 企業診断士
- 経営コンサルタント

POINT

- ① 市場にはお客様とライバルしかいません。お客様に喜ばれる商品構成であるか、ライバルと何で差をのかが「戦略」で重要な部分です。
- ② 市場における自社へのニーズを明確にして下さい。ニーズを先読みすることで、時代の変化へ対応するとつながります。
- ③ 我が社が一番喜ばれる市場を明記して下さい。

Question

ライバルのいない市場はどこにありますか？

税務申告から、未来会計・経営コンサルタントへ

<p><u>KP:パートナー</u></p> <p>他士業 保険代理店 信用金庫</p>	<p><u>KA:主要活動</u></p> <p>集客 商品の向上</p>	<p><u>VP:価値提案</u></p> <p>見え、分かり、使える経営の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> 経営計画書 (Plan) 管理会計 (Check) 未来会計 (Action) PDCA (見える化) 	<p><u>CR:顧客との関係</u></p> <p>信頼 価値の提供</p> <ul style="list-style-type: none"> 経営 ビジネスモデル <p>HP セミナー メールマガジン</p>	<p><u>CS:顧客セグメント</u></p> <p>法人/個人 ※ 詳細は戦略</p>
<p><u>CS:コスト構造</u></p> <p>人件費 システム維持費</p>		<p><u>RS:収益の流れ</u></p> <p>顧客数 業務を効率化し、顧客数向上</p> <p>顧客単価 サービスの付加価値を向上による単価UP</p>		

Sample