

“ 企業向けビジネス ”を変えたい! 一緒に考えてみませんか?

実践マーケティングセミナー

「顧客接点」からのBtoB革新

参加のおすすめ

不特定多数の生活者を対象とする消費財ビジネスは、「顧客が見えにくい」というハンディと戦っています。これに対して、企業を対象とする「生産財」のビジネスや、消費財でも「業務用」といわれる企業向けのビジネスはどうでしょうか。顧客が比較的特定の少数であること、すなわち「顧客が見えやすい」という有利さに甘んじている面はないでしょうか。

そして現在の景況下、価格圧力がますます強まる中で、「技術ありきのものづくり」や「人間関係がすべて」といった、これまでのビジネス手法に限界をお感じの経営幹部の方も多いのではないのでしょうか。

今回のセミナーでは、理論と実践を兼ね備えた当研究所のコンサルタントが“顧客接点のクオリティー”をテーマに、「BtoBの変え方」を熱く語ります。奮ってご参加下さい。

日 時	平成15年9月19日(金)14:00~17:00(13:30受付開始)
会 場	(株)日本総合研究所 大阪本社第2ビル 2階大会議室
対 象	企業の経営者層の方々、企画・マーケティング・営業・商品開発 各部門のご責任者
定 員	50 名
受講料	1名につき 3,000 円(消費税込み)

プログラムの内容

ー 開催ご挨拶 ー

当研究所 研究事業本部(大阪)経営戦略クラスター長 谷口 知史 主席研究員 14:00~14:10

ー セミナー ー

「顧客接点」からのBtoB革新

当研究所 研究事業本部(大阪)経営戦略クラスター 白石 宗基 主任研究員 14:10~16:40

1. 間違った「個客」対応が会社をつぶす

- “ソリューション”の落とし穴 ~ 大いなる消耗の果てに
- 自らの「勝ちパターン」は何か? ~ ビジネス展開パターンを分析する

2. 総需要マイナスに勝つBtoBマーケティング

- 許せない経営幹部、営業マネジャー ~ 「考え方」としてのマーケティング
- 腹をくくったCS調査 ~ リサーチひとつでも会社は変わる
- 自社流のマーケティングを創る ~ 「顧客からみた価値」の先鋭化
- 技術者、開発マンの役割を問う ~ 「お客様である企業」が求めるもの
- “メーカーvs流通”の激突を超えて ~ 価値実現のチャネル戦略

3. 展開されてはじめて戦略

ー ご質問・ご相談 ー

16:40~17:00