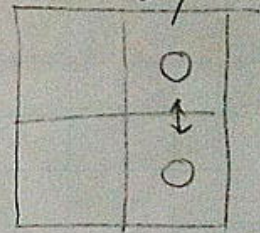
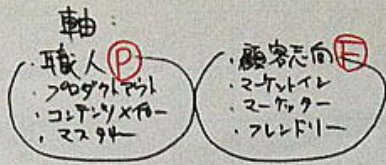
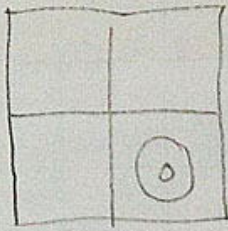


戦略スゴロク-2



1. 向かう 戦略的差別化 (短期で追いつかぬ) 創作者

抄訳

1. P.out or M.in を決める。決めるに当たって商品が 100%。

どこへ 他社に 強みか

→ 他社に 強みがあるか? 強みの強さを決める顧客の 一貫性

2. 自社の顧客に見えるものの一貫性を整える。= 棚卸 と比較して検算
= コアから来ているか? 顧客と戦略相違

ニミダガ 戦略 = 見込み

3. 商品・サービス = 強み → 動的差異 → 差別化 = 誰と戦った
→ ア行ア出しして 差別していく (他社に強み) / 単体知見

4. 自分のビジネスは何 何者 なのか。= 強み = 差別化の打ち手
何屋なのか? → PDF

ニミダガ 戦略 = 見込み

5. 算数 P.out の単価 / M.in のリットル (流出) が
① 付加価値 × 1.2 程度か? と決まる 自社の主たる財務指標は?
② 現復算率 × % 1.2 程度

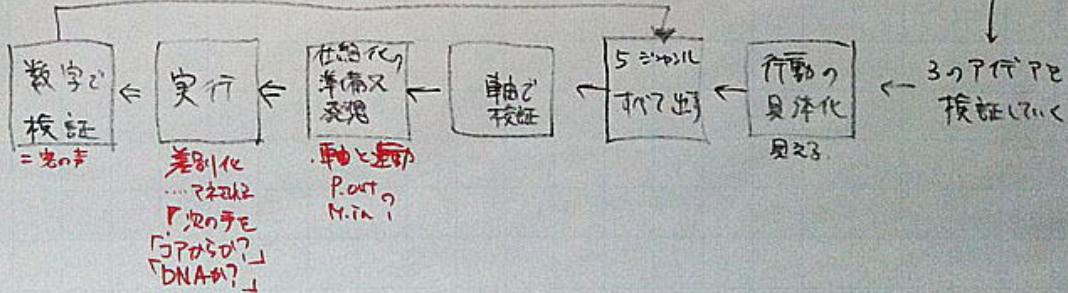
= 「売上の伝説」
一貫性 ↔ 具体性
= 戦略 → = 戦略

→ 現状分析 = 売上 = 数 × ④
状況の変化

= 客数 × 単価
= 客数 × 商品単価 × 回数
④ 職人 (P.out) 顧客志向 (M.in)
戦略との一貫性 < P.out / M.in > ?

目標数値を 決める 何をどのくらい?

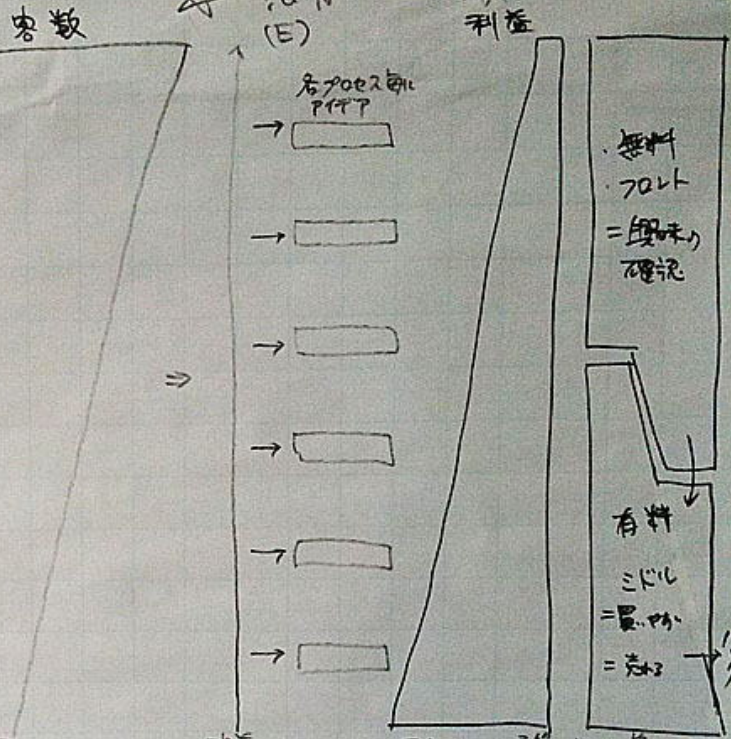
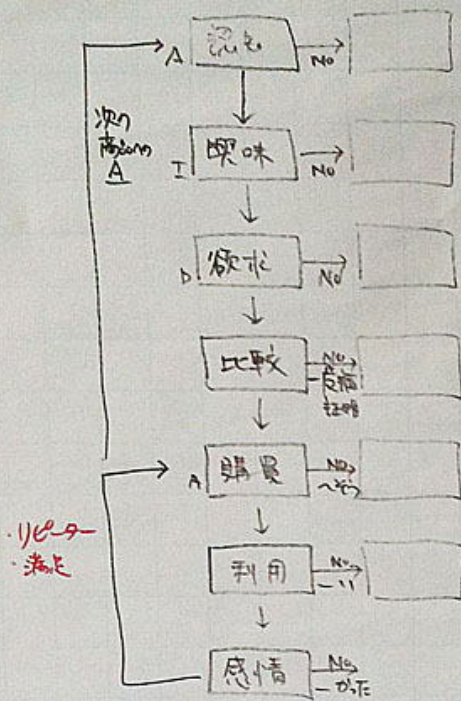
創り、作り、売り



戦略スゴロク-3

《仕事》
セルプロセス →
そう、い、かつた

認知 興味 欲求 比較 購買 利用 感情
A I D A
America Interest Desire Action = へい
使用利用 = へい
感情 = へい
利益



* 新規、既存
追加、アップセル
(アップセル)

