

# 戦略力養成講座・基礎:受講ガイド

テーマ3 (55分)	休憩	テーマ4 (55分)	休憩	テーマ5 (55分)
13:00~13:55	13:55~14:00	14:00~14:55	14:55~15:00	15:00~15:55

## 第1講

ガイダンス・考え方		戦略スゴロク課題分析		SS1:DM基礎
戦略という未知の領域の可能性を課題を元と一緒に考える	11:10~11:20	課題を元に、戦略スゴロク・略してSSのどこがどう機能しているかをつかむ		市場型の戦略と非市場型の戦略~マーケティング~落とし込みの共通点と違いを掴む
戦略スゴロクの紹介・俯瞰的に見て~今後の道筋を掴む				

## 第2講

戦略スゴロク・全体図		SS2:市場・ライバル		SS3:強み
SSの戦略~戦術パートの解説+Stage1.2.3.を解説=自習のロードマップ		市場・顧客は誰か?強みの相関関係を掴む:顧客の特定・倉本聡流「誰?」		自社の強みは何か?そのコアは何か?表に現れている差別化は?

## 第3講

SS4:誰に何を		SS5:商品開発		SS6:売り方
ダイヤモンドサークルを用いて、誰に何を、棚卸し、シンボリックターゲットの特定		○→☆ ☆に連れて行くのにどんなプロセスで何を「商品・サービス」にしていけばいいのか?リピート率アップの商品開発		メニュー表・値付け・価格帯についてなぜその価格でないといけないのか?を考え、場合によっては改訂し、どう伝えるか?

## 第4講

SS7:一貫性		SS8:一貫性のブレ		SS9:アイデア出し
一人ビジネス経営サイズで選択と集中しなければいけない基軸と顧客の入り口~認知フローまでの一貫性の確認と修正の方向性を理解		SS7:一貫性で確認したブレは原因は何か?対象客?ライバル?集客方法?集客メッセージ?リピート手法?顧客サポートのツール?		ここまで取り組んだ事で何ができるのか?なにをすべきなのか?アイデアを出していく

## 第5講

戦略全体像の整理		SS10:数x@		SS11:基軸アイデア
戦略から戦術に映るときに戦略がぶれていればすべての戦術がぶれる。ここまでの戦略はこれでいいのか?		戦略の確認整理の時に必要な数字。現状分析+戦略上、今後意識したらよい数字は何かを決める		戦略にぶれがないとしたら、基軸にしたがって、できること・すべきことをアイデア出ししていく→商品開発手法を用いて、実現する=戦術へ

## 第6講

SS12:セールスプロセス		SS13:認知フローの改善		まとめ
戦術を動かしてはじめても現在の戦術でのセールスプロセスが動いている。どこで漏れているのか?どこが弱っているのか?どこが仕組みになっていないのか?		水漏れを発見したら、改善策を。戦略に従って企画を立て、ひとつずつ水漏れをふさいでいくことで仕組みになっていく。		基礎・SSをまとめ、弱い部分を知り、できている事を加速=現場でできることを確認。応用・実践と進む

テーマ3 (55分)	休憩	テーマ4 (55分)	休憩	テーマ5 (55分)
13:00~13:55	13:55~14:00	14:00~14:55	14:55~15:00	15:00~15:55