

**事例Ⅱ 最重要 売上UP! 誰に・何を・どのように+効果、社長の意向が第一(勝手な提案は×)**

**顧客関係性、リピート、ロイヤルティ、意向あれば地域の繁栄、施策効果→忘れがち、多面的に!**

- ・SW 内部/OT 外部 強みは詰め込む
- ・「問題」はダメ出し、「課題」は問題+解決の方向まで必要
- ・誰に・何を・どのように+効果
- ・施策を書いたら「効果」は何か書く(売上増、知名度UP、〇〇改善とか)
- ・アイデア勝負は×、与件に根拠した答案、多面的に

**【フレームワーク】**

- ・売上=来店客数×客単価、そして客単価=商品単価×買上点数  
そして来店客数=客数×来店回数 適切な引き上げ対象は?
- ・客数増加=体験+関係性構築+口コミ ブランド力向上=口コミ+認知度向上
- ・T+4P ターゲット+プロダクト・プライス・プレイス・プロモーション  
プレイスって何 流通経路、販売場所、ネット市場
- ・3C コンシューマー、コンペティション、カンパニー
- ・プロモーションって何 → 広告・パブリシティ(プル)、販売促進・人的販売(プッシュ)
- ・4P-4C-2V
- ・ダ 誰に → ターゲット層 → ジオ デモ・サイコ グラフや資料の特徴点
- ・ナ 何を → 商品名や戦略
- ・ド どのように → 強み、販促方法
- ・コ 効果 → 売上増、知名度UP、来店客数増、利益率UP
- ・ 誰に 何を どのように + 効果  
専業主婦に 鮮度のよい食材を 徹底した温度管理で + 売上増、知名度UP
- ・ドメインキャッチフレーズ「毎日の食材の提供者」 ←イオンと棲み分ける
- ・ドメイン 物理的定義(鉄道)、機能的定義(輸送サービス)
- ・「製品戦略」 ポーター 差別化集中、差別化、棲み分け(コストリーダー、コスト集中)  
アンゾフ 市場浸透、新製品開発、新市場開拓、多角化 明記する
- ・差別化のポイント 品質、デザイン、機能、ブランド、サービス、納期
- ・売手の信用→食品安全→宣伝による差別化、パソコン→スペック→物理的差別化
- ・製品差別化 核、形態、付随機能
- ・「販売戦略」 プロモ戦略、チャンネル戦略、ISP→丁寧接客・関連購買、Webマーケティング
- ・ネット以外の手段 POP(ISM)、パブリシティ、イベント、チラシ、DM、顧客紹介

**【フレーズ】**

- ・高付加価値、強み〇〇~を訴求する
- ・シナジー、関連購買、試作品モニター
- ・ライン、アイテム絞り込み(資源集中)
- ・双方向のコミュニケーション(SNS、いいね、掲示板、ユーザーレビュー、メルマガ)
- ・固定客化、顧客関係性、顧客との継続的な接点、愛顧向上、リピート ← いつも書けない!
- ・地域の〇〇と連携して 近隣企業、自治体、商店街 → 地域の発展を図る

2021/10/30

I～IIIタイムマネジメント

(準備) 他の人の行動は一切見ない、全て無視する

受験票をテープで貼り付ける

開始 15 分前になったらファイナルペーパーを持ってトイレに行く

筆記具の点検

ブドウ糖補給する

(開始)

経過 所要

1分 問題用紙の表紙を丁寧に取り外し、設問ページを定規で切り離し

1分 段落番号記入、与件文長さ確認、資料有無確認

3分 与件読み ①パラ、最終パラのみ、概要把握

5分 -----

10分 設問把握 (仮) 解答フレーム、理由などの (仮) 数を決めておく

15分 -----

20分 与件読み① SWOT

キーワード

逆説表現

設問ヒモ付け

35分 -----

15分 与件読み② 解答フレームを埋める作業 → 骨子作成

設問間の切り分け確認

50分 -----

20分 解答用紙記入 あれこれ振り返らず記入していく

70分 -----

10分 受験番号、氏名記入確認

誤字脱字見直し

全体の一貫性確認

個別の見直し

(想定外の事態発生 of 全体バッファ)

80分 -----