

ランチェスター法則による1位作りの地域戦略

すやまとつあん

陶山訥庵の地域戦略で強い地域を作れば經常利益が3倍に

1位作りの地域戦略 目次

第1章 経営の基本原則と市場占有率

1. 儲からない中小企業の経営
2. 利益性の原則を改めて押さえ直す
3. 市場占有率の原則
4. 1位の地域を作るとなぜ利益性が良くなるか
5. 年商は同じでも営業地域の決め方で經常利益が変わる
6. 意外に高い販売係の実質営業コスト
7. 植物の勢力拡大と市場占有率
8. 後発で差別化したツル科の植物
9. グリーンベルトに同じ種類の植物を植える理由

第2章 実行手順とランチェスターの法則

1. 実行の手順を改めてはっきりさせる
2. 経営の目的と目標
3. ランチェスター法則をマスターする
4. 市場占有率の3大数値

第3章 強者の地域戦略と弱者の地域戦略

- A. 強者の地域戦略
B. 弱者の地域戦略
1. 地域戦略の目的は1位の地域作りにある
 2. 弱者は大きな会社を攻撃目標にしない
 3. 弱者は差別化に力を入れる
 4. 小規模1位主義・部分1位主義
 5. 弱者は地域を細分化して有利な地域を探す
 6. 弱者は営業地域を狭くして営業力の分散を避ける
 7. 弱者は弱い地域は切り捨てて強い地域をより強くする
 8. 重点地域には必勝の戦術力を投入する

9. 大事な情報は競争相手に知られないようにする
10. 弱者は調子に乗らない、小さな成功で生活を変えない

第4章 1位の地域作りと陶山訥庵の戦略

1. 陶山訥庵の究極の地域戦略
2. 遠大な計画を実行するリーダーの条件
3. 重役のねたみにより突然役を降ろされる
4. 1回当たりの取引高で変わる地域対策
5. 陶山訥庵の戦略を応用した1位作りの対策
6. 販売係の教育と訓練に力を入れる
7. 重点地域はローラー調査をして見込み客を発見
8. 1年に2回は移動時間を調査する
9. 竹田陽一の体験談
10. スーパーと事務機会社の成功事例
11. 事務機販売会社の失敗例
12. コカコーラの進出とサイダー会社の倒産
13. 半径50kmから半径500mに絞った不動産会社
14. 陶山訥庵の戦略を実行した住宅リフォーム会社

第5章 営業地域拡大の戦略対策

1. 営業地域を拡大するときの戦略対策
2. 郡部に本社がある場合
3. 地方から東京や大阪に進出すると失敗率が高くなる
 - a. 大阪に進出して失敗した旧ユニード
 - b. 大分から東京に進出して失敗した食品会社
 - c. 大市場は弱者にとって鬼門
4. 大都市から全国に出先を作るのも危険
5. 地域戦略の実行には営業簿記が不可欠
6. 損益分岐点の原理を応用した利益計画の限界

1日セミナー1回分の参加費で、本格的な戦略教材がお手元に。

1位作りの地域戦略

定価46,000円(税別)

CD-R4巻。4時間43分(テキスト付)



1938年生。久留米市出身。福岡大学経済学部卒。建材メーカーで経理と営業を担当後、28歳のとき企業調査会社に転職。中小企業の信用調査と倒産会社の取材を担当。35歳のときにランチェスター法則と出会い、以来同法則を経営全体への応用を研究。44歳のときにランチェスター経営を創業。講演は4000回。ランチェスター先生の墓参りは5回に。

お申し込みはFAXで。

ご住所	〒	業種		従業員	人
会社名		役職		ご氏名	様
TEL		FAX			

ランチェスター経営(株) 〒810-0012 福岡市中央区白金1-1-8-301 TEL 092-535-3311
制作 竹田陽一 HPは <http://www.lanchest.com/> FAX 092-535-3200