考え方中級編

「考え方」レベルで経営を把握する「ゴウコン」

経営者

会社を良くするに当たり、まず、経営者自身が「経営者とは？」「経営者の本当の仕事とは？」を理解しないとぶれまくってしまします。そこで、まずは経営者の定義」を考え方レベルで学習します。

商品

いかに自社の「商品」がいいものでも、その商品の価値を伝えられなければだれも気づいてくれない。 そこで「商品」の価値をどう伝えるか？を考え方レベルで学習います。

単品

いかにいい「商品」を創っておいておいても、それだけでは買に来てくれない。 買に来てもらえる商品戦略を考え方レベルで学習います。

店舗

「ブランド」というと、大手企業のイメ-ジが強い。 中小企業は大企業の真似をしたらもたない。 そこで中小企業のブランディングを、過去の歴史からその規則性を考え「中小企業のブランデンング」を考え方レベルで学習います。

経営者

ある程度成功すると、経営者は「経営理念」を意識しないと動けなくなる。 しかし、色々な本の中の「経営理念の立て方」では、自分のものにならない。 そこで、ワークをこない、経営者や自社の商品のコンセプトは何なのかをあぶりだし、気づかせる学習をします。

会社がよくなる

お客様が増える

従業員を増やさなければならない

従業員のやる気をあげていかなければならない

考え方ー中級編ーStep8

うちの社員はやる気が感じられない。 おれたちの時代はやるきバンバンだった。 などとよく聞きます。 しかし、現在の若者がDNAレベルで社長の年代と異なることはないのです。 やる気は出したいとおもっているが、社長の会社にいるとやる気がでないのかもしれない。
そこで、「やる気のメカニズム」を考え方レベルで学習し、「やる気のでる組織」にどうすればうよいかを学習する。

従業員同士の人間関係が必

お客様と従業員の人間関係が

考え方ー中級編ーStep9

人が増え、組織が大きくなるにつれ、「コミュニケーション」は大切になってくる。 しかし、多くの経営者と従業員は「真のコミュニケーション」の意味と考え方をしらずに、なあなあにやっている。
そこで「真の成功するコミュニケーション戸は何か？」を考え方レベルで学習する。目から鱗のワークもやります。

成果

考え方ー中級編ーStep10

考え方ー中級編ーStep11

組織づくり

日本の企業のほとんどが30人以下の会社である。 その理由は何か？
その理由から、組織を確固たる大きなものにするために「どう組織を創って行けばいいか」を考え方レベルで学習します。

考え方ー中級編ーStep12

考え方ー中級編ーStep1

考え方ー中級編ーStep2

考え方ー中級編ーStep4

考え方ー中級編ーStep5

考え方ー中級編ーStep6

考え方ー中級編ーStep7

すべてのプロセスにおいて下記の2つを繰り返す

マーケッティング

マネージメント

考え方ー中級編ーStep3

考え方ー中級編ーStep4