

■ビジネスレポート一覧

テーマ

起業・開業	新規事業・事業計画	営業
経営・経営企画	法律	人事・労務
広報・広告	財務・経理・ファイナンス・税金	フランチャイズ
業種別／サービス業	業種別／IT関連業	業種別／環境
業種別／小売業	業種別／その他	自己啓発・一般ビジネス
金融機関渉外マン	朝礼／会議前3分スピーチ	

ジャンル	タイトル	概要	対象
営業	ライバル・顧客調査の基本	マーケティング調査、市場調査方法の基本 既存顧客の満足度調査、ニーズ獲得調査の方法から営業拡大を	中小企業経営者・管理職・一般社員・個人
営業	コストをかけなくても出来る！営業ツールの見直しとPR	営業活動には必要不可欠な営業ツール。しかし、何もコストをかけなくてもよりお客様に見て頂けるツールを作ることは出来る 同時に、無料で出来る商品PR、会社PR方法を伝授	中小企業経営者・管理職・一般社員・個人
営業	営業ツール見直しの事例集	名刺、チラシ、POP等、少し切り口を変えただけで効果が異なる営業ツール見直しの事例を列挙	中小企業経営者・管理職・一般社員・個人
営業	新製品の価格設定方法	新商品の価格設定は、新商品展開の上で重要なポイントだ。その価格決定方式は、通常コスト、顧客の需要、ライバル企業の3つの要素から設定する	中小企業経営者・管理職・一般社員・個人
営業	営業マンを増やさずに効率的な営業組織を目指すには	いくつもありパターンはあるが、優秀な営業マンのノウハウを共有化マニュアル化する、通常レベルの営業マンの行動分析を行い、営業係数化する、通常レベルの営業マンに可能な範囲での営業係数改善目標を設定する(特に有効商談を増やす)、売上ABC分析から、AIに対し取りこぼししない等	中小企業経営者・管理職・一般社員・個人
営業	営業組織の再編方法	成果を出すための組織変更であるがこれで大成功する企業は少ない。それは、組織再編の目的や意図が営業マンに伝わっていないこと、最大の成果を得るためのバックオフィスを含めた環境整備を同時にしていないからだ	中小企業経営者・管理職・一般社員・個人