



**売上を伸ばせば、会社の問題の8割は解決する！**

**【景気・人・商品に左右されない売上を上げる会社を作る  
コンサルティングサービス】**

2012年5月～、シニアコンサルタント 岡田有史が  
メインに担当して、スタートします！

# マーケティング強化の 総合サポート

**会社の強みを活かす！  
営業しなくても勝手に売れていく！  
景気に左右されない会社！  
そして、着実に売上を増やす！**



株式  
会社

**ティーシーコンサルティング**

2012年5月

# 売れる仕組みを作り出す！！

- (株)ティーシーコンサルティングは、(株)ティーコネクション・ホールディングス時代から、**トップセールス的なビジネス・マッチング**(営業先や提携先の紹介)で、コンサルティング先企業の売上アップを達成してきました。
- しかし、それだけでは、継続的な着実な売上の確保はできません。やはり、各社の**集客・販売の強み商品・サービスの強みを伸ばしていく**ことがどうしても必要です。
- そのため、このたび、(株)船井総合研究所などで、豊富で確実な実績を有する**岡田有史**をシニアコンサルタントとして迎え、TC社長の**富田賢とのペア**により、マーケティングを強化するコンサルティング・サービスを**本格的にスタート**させます。

## 【シニア コンサルタント 岡田有史】

慶應義塾大学理工学部卒業。同大学院理工学研究科修士課程修了(応用物理)。学生の頃から様々なベンチャービジネスの立ち上げ・運営に関わり、商売の妙に魅せられ、船井総合研究所に入社。入社1年目には最優秀新人賞を受賞。リサイクルショップから上場企業のコンサルティングの実績を残す。その後独立し、自ら店舗型ビジネスの会社を5社経営する傍ら、“行列のできる経営コンサルタント”として、経営コンサルティングを実施。マーケティングセミナーも主催。2012年5月～、当社・シニアコンサルタント。特に枠を超える柔軟な発想には定評があり、経営者と一対一で対峙するコンサルティングはその人柄から全国に熱狂的なファンも多い。



- 皆様、お気軽に、ご依頼ください！



# 強い会社を作り出すためには・・・

## ■新時代に必要なマーケティング戦略の基本的な考え方

- これからの時代にも儲けることができる時流を見つける。
- どんな競合企業にもまけない独自固有の長所を作る。
- どんな状況になっても新規客を獲得することができる。
- 社長がいなくても、売れる仕組みを作る。
- お客様に対して、最大限のお役に立てるような商品を作る。



## ■コンサルティングのプロセスとゴール

- 現状を整理し、今後3年から5年後先の会社の有るべき姿を明確にし、市場の変化があろうとも対応し、成長できる強い会社を作り上げること。**



# 強い会社に成長するための秘訣

●強い会社を作るには、しっかりと計画に基づいたマーケティング戦略が必要になってきます。現在の会社のすべての資産を分析した上で、今後のマーケティング戦略を立てる必要があります。過去の経験上、ほとんどの経営者が**会社の持っている有形・無形の資産を過小評価しています**。ヒト・モノ・カネ・チエなどの経営資源をフル活用し、事業を拡大するのが経営者の仕事です。

●本来であれば、経営者がその会社の資産を見極め、そして市場を見極め、ビジネスを行なっていくのが良いのですが、日々忙しい経営者が全てを考え、そして実行している経営者は残念ながら、少ないのが現状です。**多くの経営者が、営業マンとして、技術者として優秀な方が多いのですが、会社の経営における全てを行える経営者は少ないのが実情です**。そもそも、経営者自身が全てを行う必要はなく、**本来の経営者として得意なことに集中した方が業績は伸びます**。しかし、企業には、いくつかの壁があり、それを乗り越える際には、経営者の力だけでは乗り越えることができません。それを乗り越えるためには、**会社として儲かる仕組みを作る必要があります**。

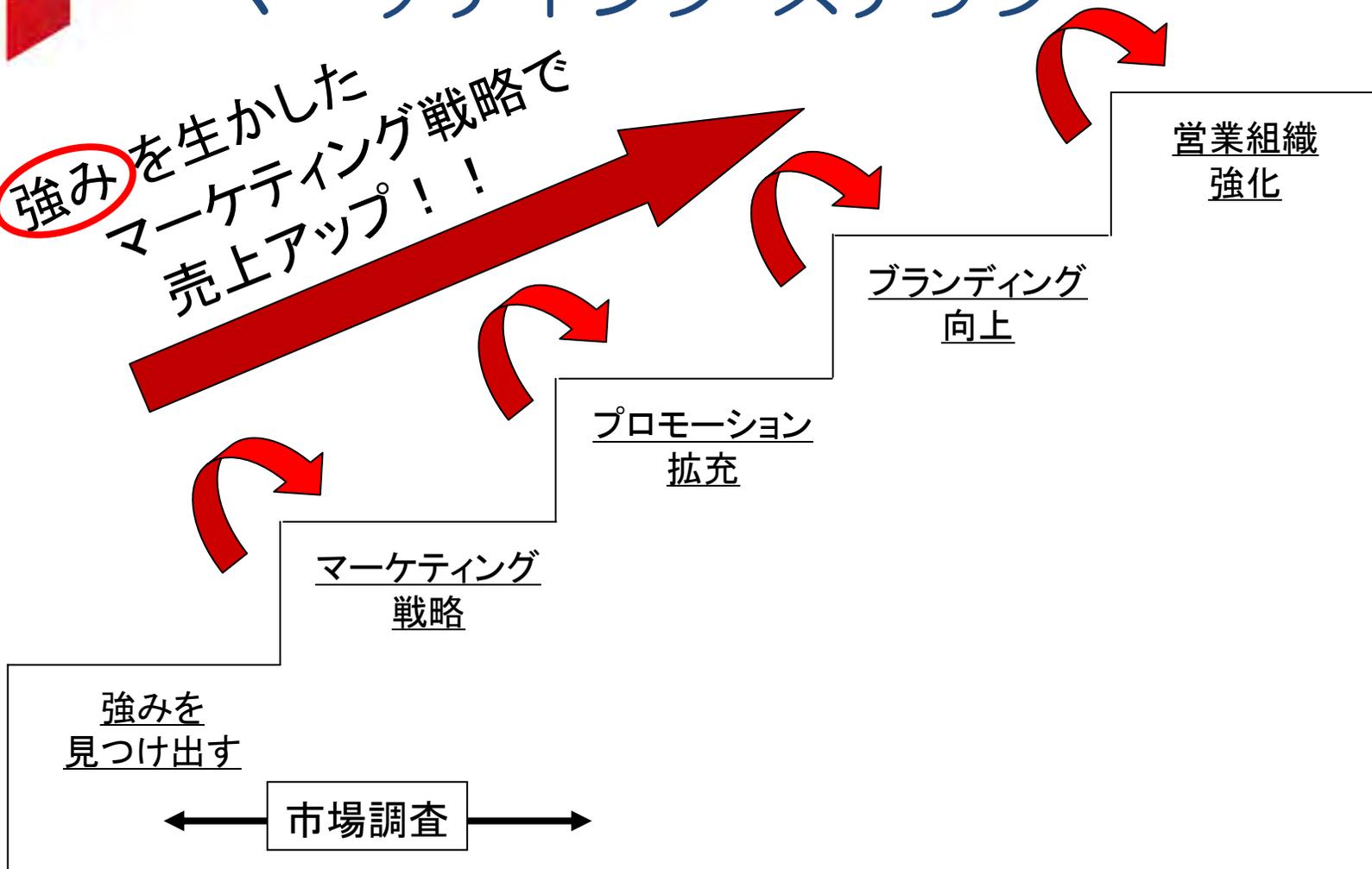
**社長の力に依存することなく、会社として儲ける仕組みを作る。**

- TCが「企業参謀」の役割を担える経営者のパートナーとして、今後のマーケティング戦略と一緒に考えていきます。
- その結果、社長や経営幹部などの経営陣の個々の力ではなく、会社としてお客様から信頼を与える商品・サービスを提供できる仕組みを作っていきます。



# 強い会社を作る マーケティング・ステップ

**強み**を生かした  
マーケティング戦略で  
売上アップ！！



会社の成長に合わせてステップアップさせていきます。



# マーケティング・ステップ①

## 【ステップ1】まずは、“強み”を見つけ出す

- ✓ 会社の独自固有であり他社と差別化できる会社の強みを見つけ出します。
- ✓ 自社の強みは、マーケティング戦略の土台になります。
- ✓ 自社の中に眠っている強みを見つけ出すことによって、マーケティング戦略を構築していきます。

## 【ステップ2】マーケティング戦略の立案

- ✓ マーケティング戦略の基本は、新規の見込み客の獲得する方法を確立すること！
- ✓ どんなタイミングであれ、新規客を獲得することができれば、ビジネスは永続でき、成長するためには新規客の獲得が絶対必要になります。
- ✓ そのためには、安定的な見込み客の確保が重要になってきます。
- ✓ 見込み客をしっかりと確保することで、  
狩猟型の営業スタイルから農耕型の営業スタイルへの転換が図れます。
- ✓ 見込み客獲得方法を複数作っておくことで、  
経済・市場・環境などの市場の変化にも強い会社を作ることができます。
- ✓ 見込み客を継続して獲得するためには、自社の強みが最も活きる市場を選定し、FE(フロントエンド)商品とBE(バックエンド)商品を明確にした上でのプロモーションが必要になってきます。



# マーケティング・ステップ ②

## 【ステップ3】プロモーションの拡充

- ✓マーケティング戦略を元にプロモーションの拡充を行なっていきます。
- ✓マーケティング戦略の中でもプロモーションは、  
マーケティング活動の中でも比較的に行が簡単で、管理しやすく、  
即時の売上向上につながります。
- ✓売上を上げるために、営業力の強化は必須ですが、社長自身の営業力や特定の  
営業マンの力だけに頼ってしまうと、持続した売上を上げることが難しくなってしまいます。
- ✓そのため、どんな営業マンでも一定の営業成果を上げることができるようにも、  
プロモーションの拡充が必須になります。

## 【ステップ4】ブランディング向上

- ✓会社の売上を大きくするためには、新規の売上を作るだけでなく、  
既存のお客様からの売上を伸ばしていくことも重要になってきます。
- ✓そのためには、ブランディングを向上させる必要があります。
- ✓ブランディングが高まれば、お客様に提供する商品・サービスの質・量・幅を  
増やしていても、お客様に選ばれ続けます。
- ✓新しい商品の仕入れ、商品の開発、フォローの強化などを提供するためにも、  
組織を強化していく必要があります。商品と組織を一体を目指した強化を行います。

## 【ステップ5】営業組織の強化

- ✓ブランディングの向上とともに、社内の営業組織の強化を行なっていきます。
- ✓それぞれの部門が自らやるべきことを考えて行動する組織を作ることにより、  
社長に依存しない強い会社を作ります。



# コンサルティングの進め方



頻度	月に1~2回
時間	1回2~3時間程度
形式	面談での打ち合わせ、Skype・電話などでの相談
参加者	社長及び経営責任者 もしくはマーケティング責任者
参加人数	社長及びマーケティング責任者 最大2名 但し、支援内容によっては、社内会議に参加
始め方	・まずは2~3時間程度の課題想定ミーティングとして幹部会議とメンバー会議(前頁1st参照)を実施 ・現行の営業会議に弊社コンサルタントが参加 ・コンサルティング参加メンバーでどのようにすすめていくかの計画を立てる(前頁1st参照)

- コンサルティングは打ち合わせ形式です。クライアント様の状況に応じて原則、月に1~2回の打ち合わせを行います。
- 経営者との個別での打ち合わせ  
→従業員には話せない話ができる。  
(部下の前では言いにくい話や、普段なかなか話すことのできない話を聞きます。守秘義務は必ず、守りますので率直な考えをぶつけて下さい。)
- 実行ベースでの議論を行う。  
→できたら良いことではなく、今、会社にとって現在の最重要課題について話し合い、実行ベースのご提案を毎回行います。
- 右腕社員への教育  
→社長の右腕となる社員の方に対して、社長からは伝えにくい考え方や戦略をコンサルタントを通じて、伝えます。

# 具体的コンサルティング内容例

あくまで一例です。貴社の現状により最も効果的で即時業績が向上することから取り組みます。

## 会社の強みを見つけ出す

期間:1~2ヶ月

- 社内の現状分析
- 市場の分析
- 競合調査
- 顧客分析
- 隠れた資産調査 など

## マーケティング戦略

期間:2~3ヶ月

- 現状の分析
- 集客商品の確立
- 集客方法の見直し
- 新規マーケット検討
- ツール類の見直し など

## プロモーション拡充

期間:2~3ヶ月

- テストマーケティング
- 集客商品の確立
- シナリオ作成
- LTVの算出
- 年間計画づくり など

## ブランディング向上

期間:3~4ヶ月

- ブランディングの確立
- ブランド目標設定
- 社内への浸透促進
- ブランドマネジメント
- 社外との戦略的提携
- 社外への打ち出し など

## 営業組織の強化

期間:2~3ヶ月

- 組織体制の見直し
- チームリーダーの教育
- 自立型組織への移行
- チーム管理の確立
- など

- コンサルティングは打ち合わせ形式で実施します。
- 打ち合わせごとに1ヶ月のやるべき施策を決めていきます。
- 毎月、打ち合わせ施策内容の確認と施策についての見直しを行なっていきます。  
(※期間は目安です。)



# コンサルティングのゴール

このコンサルティングを受けることにより、下記のような効果(成果)が得られます！！

①会社の強みが分かり、営業が楽になる。

②景気に左右されない会社を作る。

③安定した売上を確保できる仕組みができるので、安定して経営ができる。

④社長が現場にいなくとも売上が上がる。

⑤価格に左右されない売上を作ることができる。

⑥強みを生かした新しい分野への進出が出来る。

⑦現金が貯まり、借金に対する不安がなくなる。

⑧やりたいことに特化した会社ができる。

⑨自分で考えて行動できる社員ばかりになり、人がやめなくなる。

⑩会社の成長に対する不安が消える。





# マーケティングの パワーチェックリスト

1	USP編	自社の強み	自社の商品の強みを理解しているか？
2		顧客の理由	なぜ、お客様が自社の商品を選んでくれるのか明確にわかるのか？
3		社内の浸透	自社の強みがどこにあるのか、全社員が理解しているか？
4		弱み	自社の弱みが明確になっているのか？
5		競合企業	競合企業の強み・弱みが明確になっているのか？
6		ライフサイクル	自社のビジネスがライフサイクルのどこにいるのかわかっているか？
7	新規顧客編	フロントエンド商品	圧倒的な集客商品があるか？
8		獲得ルートの確立	新規顧客の獲得方法が、5個以上あるか？
9		顧客育成方法	新規顧客が顧客になってもらうアプローチが決まっているか？
10	顧客管理編	理想の顧客	理想の顧客が明確になっているのか？
11		顧客管理の判定	顧客の上位20%がどんな顧客なのか理解しているか？
12		顧客管理の実践	優良客のキーポイントをわかっているか？
13		紹介	紹介してくれるお客様がどんなお客様かわかっているか？
14		紹介システム	お客様の紹介をサポートしているか？
15		顧客分析	お客様が買わない理由を調べているか？
16		フォロー	定期的に顧客をフォローする体制ができていないのか？
17	営業ツール編	掘り起こし	死客の掘り起こし方法があるか？
18		根幹	自社の強みを表現した営業ツールはあるか？
19		表現	売りたい商品が明確になっているのか？
20		シナリオカ	商品売る順番が決まっているか？
21		制作力	定期的に営業ツールを見なおしているか？
22	売上管理編	LTV	ライフタイムバリューが計測できているのか？
23		最大化	アップセルが決まっているか？
24		新規売上方法	クロスセルが決まっているか？
25		取りこぼし漏れ	ダウンセルが決まっているか？
26	ブランド編	安定収入	TFN・オートショッピングができていないか？
27		ブランドの定義	マーケットでのブランド化されているか？
28		ブランドの有効活用	ブランド目標を決めているか？
29		正しいブランド	ブランドと提供する商品・サービスが一致しているか？
30	経営管理編	ブランド戦略	第二、第三のブランドまで見えているか？
31		会議	経営会議の役割をしっかりと理解できているか？
32		売上管理の仕組み	自社の売上が、翌月10日までにすぐわかるか？
33		社内管理体制	毎日目標までの数値を幹部が理解できているか？
34		目標設定	売上を上げるために必要なカギとなる数値が把握できているか？
35		管理浸透	社内に売上目標を意識させるための方法があるか？
36	長期戦略編	バランス	自社のビジネスのポートフォリオがあるか？
37		将来の事業投資	ポートフォリオがバランスよく投資されているか？
38		先見性	新しい事業・商品のことを3年先まで考えているか？
39		提携	他社との提携は戦略的に行なっているか？
40		管理	無駄な経費がないかしっかりと見直しができているか？
41	資金編	投資	明確な投資の基準があるか？
42		資本政策	最低限の銀行との付き合いはあるか？
43		社員の配置	社員は無駄なく、無理なく配置できているか？
44	組織編	評価	社内の評価制度は明確にできているか？
45		モチベーション	従業員が働くキーポイントが理解できているか？
46	社長編	採用	採用体制ができていないか？
47		新規ビジネス	常に新しいビジネスを考えているか？
48		人脈	定期的にいるんな人にあっているか？
49	理念編	器力	新しいことにチャレンジしているか？
50		理念	会社の理念は決まっているか？
51		仕組化	理念が浸透する仕組みはあるか？



# 料金プラン

## ■ 毎月のコンサルティングプラン

### 月次マーケティング コンサルティング

※基本的に、1年程度の  
ご契約を前提としています。

■ 弊社事務所で月1回1.5～2時間の簡易コンサルティング  
(月1回の相談に近い形のコンサルティング)

月額 10万円 (税別)

■ 弊社事務所で月1回2～3時間の経営者の方との打ち合わせ  
■ 電話及びSkypeなどでの30分～1時間の電話打ち合わせ  
(月1回のコンサルティングと電話での進捗確認とアドバイス)

月額 15万円 (税別)

■ 貴社事務所で1回2～3時間の経営者の方との打ち合わせ  
■ 貴社事務所でマーケティング担当者との2～3時間打ち合わせ  
■ 電話及びSkypeなどでの30分～1時間の電話打ち合わせ  
(月1日終日ご訪問でのコンサルティングと電話での進捗確認と  
アドバイス)

月額 20万円 (税別)

## ■ 短期間でのコンサルティングプラン

### 事業戦略構築 コンサルティング

■ 経営陣ヒアリング 1～2名  
■ スタッフヒアリング 2～3名  
■ 現状サービス調査 1名  
■ 競合調査、モデル企業調査 1～2社  
■ 簡易診断報告書作成 一式  
■ 現状の課題、今後の方向性のご提案、営業ツールの見直し、新規顧客獲得の営業計画の構築

80万円 (税別)  
2ヶ月

■ その他、ミステリーショッピング・競合調査・営業ツール制作・Webサイトの制作などご相談くださいませ。



# お問い合わせ

代表取締役社長  
シニア コンサルタント

富田 賢  
岡田有史

[tomita@tcconsulting.co.jp](mailto:tomita@tcconsulting.co.jp)

[okada@tcconsulting.co.jp](mailto:okada@tcconsulting.co.jp)

## 株式会社ティーシーコンサルティング

TEL: 03-4530-8537 FAX: 03-3470-8538

〒107-0062 東京都港区南青山2-11-13 南青山ビル7階

(東京メトロ「外苑前」から徒歩3分。青山通りのホンダの並び、伊藤忠の斜め前！)

