

攻めの 印刷経営 目次

第一章 伸びる市場・伸びる企業を見極める

- 1.1 「マーケティング発想」の重要性 —— 印刷会社は顧客が属する業界について無関心ではないだろうか？
- 1.2 顧客の業界動向を押さえる
 - a ホームセンター業界/b AVレンタル業界/c メガネ小売店業界/d 家電販売店業界/e ドラッグストア業界/f 食品スーパー業界/g 自動車ディーラー業界/h 宝飾品小売業界/i 通信販売業界/j ディスカウントショップ業界/k 家具・インテリア業界/l パチンコホール業界/m ホテル・旅館業界/n 文化教室業界/o ヘアサロン業界/p フライダル業界/q 福祉関連業界/r 葬祭業界/s その他
- 1.3 各業界の「元気印企業」に学ぶ | 顧客企業へのヒアリング調査 —— 経営戦略/プロモーション戦略/印刷業への不満と要望
 - a ホームセンター業「コメリ」/b AVレンタル業「カルチュア・コンビニエンス・クラブ」/c メガネ小売店業「メガネトップ」/d 通信販売業「カタログハウス」/e フライダル業「ファンセプト」/f 福祉関連業「ウィズネット」/g 葬祭業「杉田ヒューネス」

第二章 ブロードバンド時代に生き残るために

- 2.1 顧客は印刷会社に何を求めているか —— 印刷業への評価/価格体系への評価/企画提案力への評価/デザイン力への評価
- 2.2 販促コストの実態 —— 顧客は販促費用にどれだけ予算を割いているのだろうか？
- 2.3 業種別のプロモーション特性を押さえる —— aチラシ販促を主戦とする業界/bチラシ販促を主戦としない業界
- 2.4 買う気にさせる販促ツールとは —— 「何を語るか」ではなく「何をどのような順番で語るか」が重要
- 2.5 ブロードバンド時代の印刷需要 —— 「クリック&モルタル戦略」がプロモーションの主役に
- 2.6 ブロードバンド時代の印刷業のカタチとは —— 「マーケティング発想」を身につけ、情報産業へと進化せよ

第三章 ブロードバンド時代の印刷営業革新ポイント

- 3.1 価格競争は誰のせい？ —— 「顧客への無関心」が顧客の不満と価格競争を助長する
- 3.2 受注を創り出すためのキーファクター —— 印刷営業は生まれた環境にいることを認識しているか？
- 3.3 印刷業は受注産業だが「受け身産業」ではいけない —— 製造形態は「受注型」だが、営業形態は「仕掛け型」でなければならない
- 3.4 発注を決める12のパラメータ —— 価格以外で顧客が発注を決めるとき
- 3.5 基本ができていなければ顧客は聞く耳を持たない —— 印刷会社としての「4つの基本機能」を満たしているか？
- 3.6 顧客ニーズが全ての原点 —— 「印刷物」ではなく「顧客」に因心を持つ印刷営業に転換せよ
- 3.7 ホントの営業活動とは —— 営業の仕事は「困りごと探し」と「その解決策の提案」
- 3.8 見積り合わせは顧客満足の絶好のチャンス —— 見積書を持参すれば、そこが「提案」の場になる
- 3.9 提案という名の自己満足 —— 顧客の「困りごと」を解決できない提案は無意味
- 3.10 既存顧客の深耕と新規開拓はコインの裏表 —— 「無策な新規開拓」は止めて「考えた新規開拓」を
- 3.11 印刷は成長可能産業 —— 今のままでは「衰退産業」だが、営業が変われば成長可能

FAX専用お申し込み用紙 送信先:03-3661-9006

太枠の部分にお名前・ご住所・会社名・電話番号をもれなく記入し、FAXにて御注文下さい。

- 商品代金のほか、別途送料がかかります。
送料・・・2冊まで300円/3~4冊500円/5冊以上サービス
- お支払方法・・・商品に同封された指定振込用紙にて、お振込下さい。(法人でのお申し込みの場合)

<input type="checkbox"/> 会員 ¥1,500(税別) × _____ 冊 <input type="checkbox"/> 一般 ¥2,000(税別) × _____ 冊 (いずれかにチェック☑)
お名前:
ご住所:〒
お電話番号:
e-mail:
会社名:
部署:
社団法人 日本グラフィックサービス工業会 〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町7-16 tel:03-3667-2271 fax:03-3661-9006 e-mail:info@jagra.or.jp URL:http://www.jagra.or.jp