

THE
J.V.
PURPOSE

MANAGEMENT PROGRAM



集合研修&オンライン研修

マネジメントの父 Peter F. Drucker マネジメント「8つの経営指針」に基づき、五気元「5つの氣」を高めることを目的としてプログラムを開発しました。経営する時間を確保できない人のために最低限の時間を確保して頂ければ、圧倒的な成果を出す、唯一無二のプログラムを提供することをお約束します。



Branding Program

どのように
憶えられたいのか?を
明確にする

Marketing Program

主語と守護を変える!
圧倒的
リーダーシップ

Innovation Program

現状の均衡を
創造的に破壊し、
新たな価値を

PROGRAM

現状の均衡を創造的に破壊し、新たな経済発展に導く

ブランディング×マーケティング×イノベーションは、企業の成長と成功の3つの柱であり、顧客創造における方程式です。これらを意識することで、経営資源(人材、物資、資金)が効果的に集まり、生産性が向上します。ブランディングは、信頼とロイヤリティを獲得し、マーケティングは顧客満足度を高め、イノベーションは競争力を向上させます。これらが連携し、利益が増加し、企業は社会的責任を果たすことができます。その結果、持続的な成長と成功が達成されます。

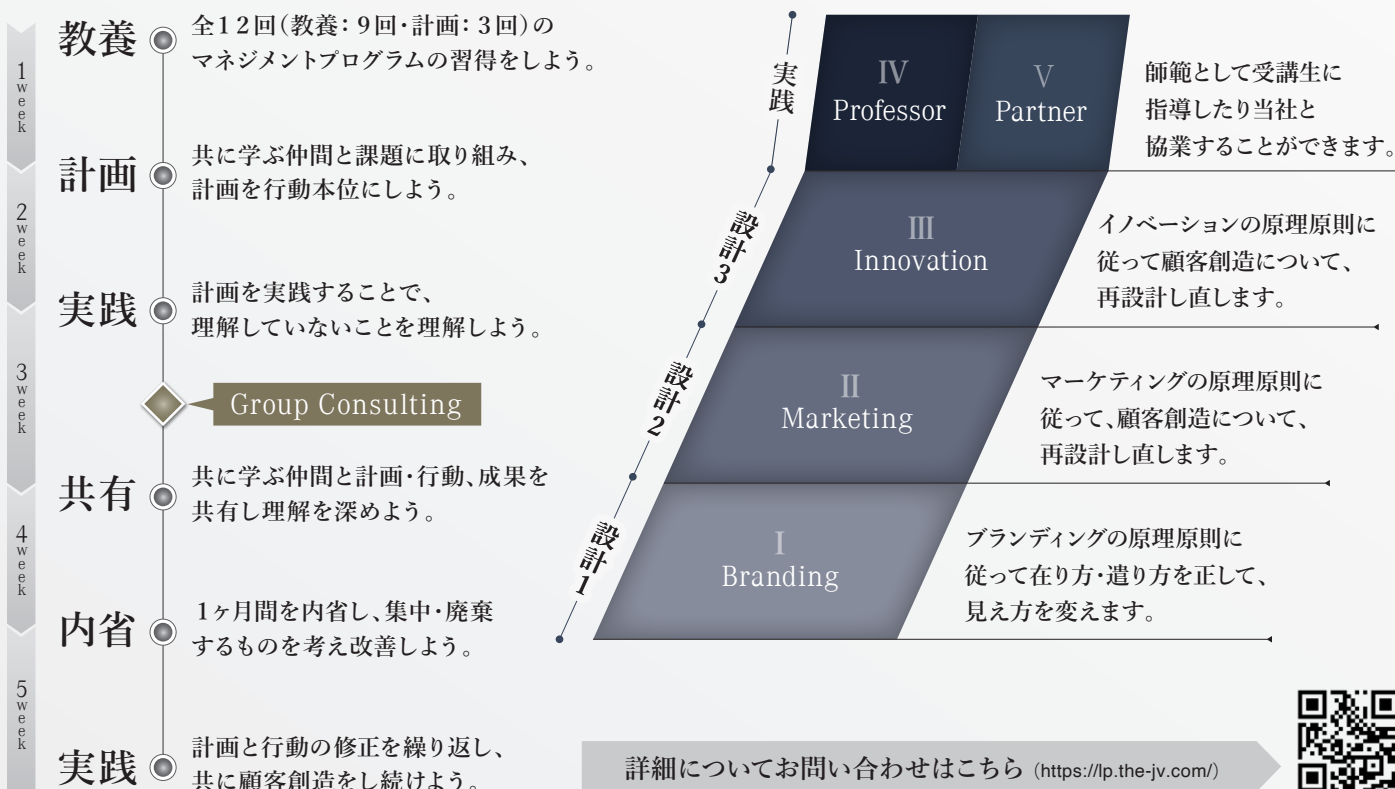
Point

- Branding** > 人と社会にどのように憶えられたいか。
- Marketing** > 既存顧客・市場を創造する手段である。
- Innovation** > 新規顧客・市場を創造する手段である。



SCHEDULE

圧倒的な成長を遂げる1ヶ月×全12回



CONTENTS

己より優れた者が周囲に集まる圧倒的なリーダーシップ手法

マネジメントプログラムは、Business Program(教養)、BusinessPlanning(計画)、GroupConsulting(指南)で構成しております。教養があることで、新たな知識が増え、変化に対する適応力が向上します。計画があることで、明確な目標達成の道筋が描かれ、戦略的な取り組みが可能になります。指南があることで、個別の課題への実践的なアドバイスが提供され、効果的な問題解決が実現します。

Business Program 〈教養〉

第1回 3C Analysis	3C分析を行い見過ごされた機会を創出し、使命・顧客・価値・成果・計画を見直す。
第2回 PEST Analysis	PEST分析を行い、社会的責任を明確にし、必要な経営資源(人材・物資・資金)を見直す。
第3回 SWOT Analysis	SWOT分析を3C分析、PEST分析と重ねることで強み・弱みを明確にして事業・組織を見直す。
第4回 Marketing Program I	マーケティングの原理原則(上)を理解し、集客ファネル・唯一無二の強みなどを構築する。
第5回 Marketing Program II	マーケティングの原理原則(下)を理解し、具体的なビジネス設計・実践方法まで構築する。
第6回 Business Process X	社内と社外組織における関係資本を理解し、顧客創造のために必要なプロセスを構築する。
第7回 Innovation Program I	イノベーション原理原則(上)を理解し、新たな顧客や新しい業界・市場を探求する。
第8回 Innovation Program II	イノベーション原理原則(下)を理解し、新たなビジネスや新しいサービスを探究する。
第9回 Business Compass	8つの経営指針に対して、多くの事例を学び、智慧をつけて、計画と行動について再検討する。

BusinessPlanning 〈計画〉

第1回 Start up Plan	第1～3回のビジネスプログラムの受講後、BrandingPlanを計画して発表する。
第2回 Marketing Plan	第4～6回のマーケティングプログラムの受講後、MarketingPlanを計画して発表する。
第3回 Innovation Plan	第7～9回のイノベーションプログラムの受講後、InnovationPlanを計画して発表する。

Group Consulting 〈指南〉

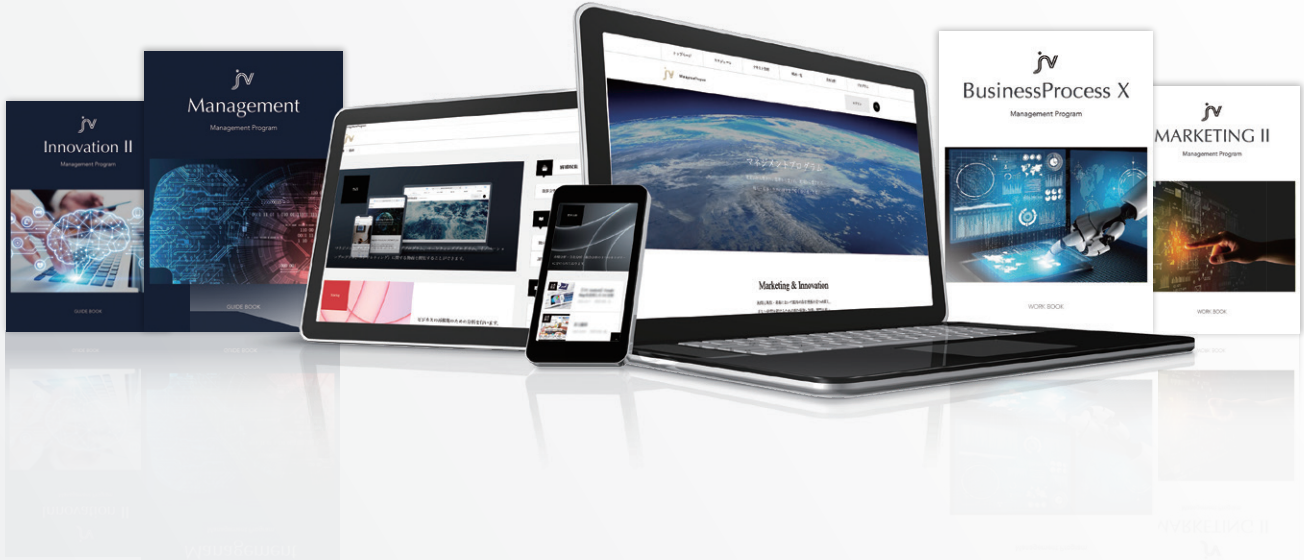
月1回 (午前)8:00～10:00 or (午後)15:00～17:00



PRODUCT

偉人の叡智をまとめた世界最高峰のマネジメントプログラム

GuideBook(指南書)・PlanningBook(計画書)・ReferenceBook(参考書)を提供しております。リアル会場による集団研修だけではなく、オンラインでも予習・復習ができるようにイーラーニングシステムにてオンライン動画、電子ブックも提供しております。是非、社内教育の教材としても自由にお役立て下さい。



GUIDELINES

行動指針

現代社会では、企業は単に利益を追求するだけでなく、全てのステークホルダーに対して価値を提供しなければならない時代になっています。これは、顧客、従業員、取引先、地域社会、環境など、企業活動に関わるさまざまな要素への責任を果たすことが重要であるという意味です。本プログラムは、あらゆるステークホルダーに対して、関係構築・資本構築を最大化することを目的に企画設計しております。

STAKE HOLDER

関係構築・最大化



消費者



従業員/家族



業界団体/学校



競合他社



株主/投資家



マスメディア



地球環境



地域社会



NPO/非営利団体



政府・行政機関

MANAGE- MENT

資本構築・最大化



分析力



直感力



人間力



欲望力



協創力



時読力



企画力



行動力



人脈力



資金力