

2020年度	Who	What	How
顧客価値	<p><顧客は誰?> ○経営学を勉強しているが社内に相談相手がおらず、社外で話を聞いてほしいと考えている枚方市内の中小企業経営者 ○経営相談窓口はあるものの、詳細な分析や診断、アドバイスができない、または時間がない公共機関や金融機関の担当者</p>	<p><何を提案する?> ○ディスカッション (2時間程度、無償) ○お困りごと相談 (2時間程度、無償) ○ビジネスモデル診断と助言 ○セミナー ① 良い採用を実現するための9つの質問 ② 経営学視点から見た会社の選び方</p>	<p><同業他社とどう違う?> ○2時間程度のディスカッションや相談機会を無償で提供する ○中小企業経営者に対し直接コンサルティングの営業はしない ※中小企業の「かかりつけ医」となる</p>
利益	<p><誰から儲ける?> ① 大阪労働協会 ② ブレインファーム ③ 診断、助言の依頼元 ④ 相談者からは儲けない</p>	<p><何で儲ける?> ① 嘱託契約収入 ② 業務委託収入 ③ 診断助言収入 (30,000円/日×稼働日) ④ ディスカッション、相談は無料</p>	<p><どう儲ける?> ○中小企業経営者に対しコンサルの売り込みは絶対しない ○診断と助言を求められたら「30,000円/日×稼働日数」で見積提示し、納得いただいた場合のみ受託する</p>
プロセス	<p><誰と組む?> ○ストラクチャル・ホールを持つ下記組織に所属する、キーパーソンと価値観の共有を行う ① ジャムワークス ② OSAKA しごとフィールド (労働協会・ハロラ) ③ ブレインファーム ④ 北大阪商工会議所 ⑤ 枚方信用金庫 (若手経営者の会・アクティブシニア) ⑥ 大阪府中小企業診断協会 (研究会活動) ⑦ 大阪府中小企業診断士会[新] ⑧ ひょうご産業活性化センター[新] ⑨ 中機構販路開拓コーディネーター[新] ⑩ 龍谷大学校友会 (龍志会) [新] ⑪ 兵庫県立大学大学院8期 (Team8)</p>	<p><何を強みとする、又は育てる?> ○シニア世代の安心感、安定感、商売っ気の無いところ ○シグナリングとしての Team8 コンサルティングサイトのプロフィール (経歴、資格、コンサル実績、経験) とブログ (考え方、価値観) の充実 ○相談、ディスカッションの無償提供 ○すぐ使える分析ツールの提供 ○経営理論に基づいた診断と助言を提供する (納得感と検証可能性を大切に)</p>	<p><どんな手順?> ○ストラクチャル・ホールを持つ下記組織と接点を持ち、広域な人的ネットワークを構築する。 ① ジャムワークス ② OSAKA しごとフィールド (労働協会・ハロラ) ③ ブレインファーム ④ 北大阪商工会議所 ⑤ 枚方信用金庫 (若手経営者の会・アクティブシニア) ⑥ 大阪府中小企業診断協会 (研究会活動) ⑦ 大阪府中小企業診断士会[新] ⑧ ひょうご産業活性化センター[新] ⑨ 中機構販路開拓コーディネーター[新] ⑩ 龍谷大学校友会 (龍志会) [新] ⑪ 兵庫県立大学大学院8期 (Team8) ○ホームページやSNSによる広報拡大により「無料相談」を増やし、中小企業経営者とのリアルな接点を増やす。 ① コンテンツ拡充 (「思考の軸」30ページ、ブログ2回/月発信) ② Google マイビジネス、Google 有料広報活用 ③ FB へのブログ更新通知 ④ サイトのアクセス解析</p>