

<粗利とは・・・「粗利＝単価（マージン）×数量」>

- ・ 我社は“単価”を上げることによって、粗利を上げることを目指す。
高くても買っていただける戦略を考えるのが課題・・・“**価値**”で売る
- ・ 我社は“数量”を増やすことによって、粗利を上げることを目指す。
大量に売れる市場の確保、及び経費を下げ価格訴求力を増すのが課題・・・“**価格**”で売る

<労働生産性の計算式>

$$\text{労働生産性} = \frac{\text{営業利益} + \text{人件費} + \text{減価償却費}}{\text{人数} \times \text{時間}}$$
$$= \text{付加価値} / \text{投入資本}$$

- 1、無駄の削減・・・自動化・効率化などを行い、無駄な経費を削減し、価値の向上を図る。限界がある。
- 2、付加価値の向上・・・研究開発・新商品開発、新しい役務・着眼点など、これまでなかったものを世に出し、価値の向上を図る。陳腐化する。
- 3、売り方を変える・・・Q・C・D以外の要素で買って頂いている要素に着目し、強化を図り、価値の向上を図る。分かりにくい

$$\text{お客様が感じる価値} = \text{品質} \div \text{価格}$$

$$\text{品質} = (\text{モノ} + \text{コト}) \times \text{伝達力}$$

$$\text{伝達力} = \text{読解力} + \text{影響力}$$

<価値を上げるための土台>

- 1、“情熱”の源泉
- 2、心の向き
- 3、お役立ちは“ええとこ”でのみ
- 4、“価値”は誰が決める？
- 5、“価値”を高める行動の最重要人物は誰？