

## [ストラテジ系]

○ 業務を把握・改善するための手法

## ① 連関図法

↳ 「原因と結果」や「目的と手段」といったつながりを明らかにする

## ② 系統図法

↳ 目的を達成するための手段を細分化

## ③ 親和図法

↳ 関連のあるものをグループ化して整理

## ④ PDPC法

↳ 問題に対する対応策とその流れを考へて、最善策を洞へる手法

○ 商品への補充するための発注方式

## ① 定量発注方式

→ 細かい管理の必要のないもの、在庫数が多いでも構わないものに向く

## ② 定期発注方式

→ 細かい管理が可能、重要な商品に向く

○ 企業の事業展開

・ 水平分業… 1つの事業や製品の生産を複数の企業で分業すること

・ 垂直統合… 自社の業務の流れにおいて、上流や下流の工程を担ってもらう他社を統合し、事業領域を拡大すること

・ 非水平統合… 同じ商品やサービスを提供している企業が統合すること

○ マーケティング手法

① Y-チャネルマーケティング… 社会的問題解決を目的

② テレマーケティング… 電話を使って顧客に直接マーケティング

③ マスマーケティング… 単一製品を特定の顧客に対して、大量生産・流通させる手法

④ ワンツウワンマーケティング… 1人1人のニーズに対応する手法

⑤ アウトバウンドマーケティング

→ 新聞広告やテレビCMなどして、商品の紹介をし、顧客に売り込む

⑥ インバウンドマーケティング

→ SNSやブログなどで商品の情報を発信し、顧客を呼びこむとする