

～エネルギーの自由化時代を勝ち進む！～

『地域最強のエネルギー会社づくり』

《講演企画》

ー地域最強のエネルギー会社づくり講演カリキュラムのご案内ー

【地域最強のエネルギー会社づくり講演テーマ一覧】

- I. 選ばれるエネルギー会社への挑戦
- II. オンデマンドサービスで勝ち組をめざそう

講演会のご案内

『選ばれるエネルギー会社への挑戦』

講演会の開催要項

- 対象者 : 経営者・幹部、営業責任者、営業担当者
- 講演時間 : 2時間
- 講演費用 : 25万円(テキスト代[データ]含む、宿泊費・交通費・消費税別途)

—講演カリキュラム—

- 1. 顧客から選ばれるために関東圏の“最新 LPガス利用者の声”に学ぶ**
 - 1)電力会社の変更を考えているお客さまは57%。一方でわからないが35%。
 - 2)LPガス会社の電力提案を受け入れる客層(67%)が重視・期待するサービスは
 - 3)LPガス会社が、お客さまから選ばれるために強化すべき項目は？
- 2. 上位客20%を固める“電力販売の有力LPガス会社”の戦略を知ろう**
 - 1)自社の上位客を得意客化へどう顧客サービス・接点強化を図ろうとしているか
 - 2)客数減のピンチをチャンスへ、どうマーケティングの転換を図ろうとしているか
- 3. 上得意客20%、得意客30%!“選ばれている異業種”に学ぶ**
 - 1)ヤマグチは価格競争に巻き込まれず、“信頼競争”で勝ち進んでいる
 - 2)基本サービス×付加サービス×感動サービスで選ばれるお客さまづくりを…
 - 3)リッチなシルバー(年金)世帯に絶対的な支持を得る秘策はこれだ!
 - 4)上得意客20%、得意客30%を実現する選ばれるLPガス会社への提言
- 4. 地域電気店の雄、ヤマグチに学び“オンデマンドサービス戦略”を仕掛けよう**
 - 1)そもそも「エネルギー選択」は単なる「機器選択の副産物」と心得よう
 - 2)今後求められるのは「価格対応」よりも「望みを実現し悩みを解決」する機能強化
 - 3)今が差別化チャンス!“お客さまサービス最大化作戦”を企画しよう
 - 4)自社の未来の為に奉仕活動を通じて「非価格訴求型の消費者」を厚遇しよう
- 5. 顧客から選ばれるために“コミュニケーション戦略”を強化しよう**
 - 1)あらゆる接点を最大限に活用し優良顧客2倍増に挑戦しよう(3本の矢を磨こう)
 - 2)業務機会を最大限に活用して関係づくりを強化し、提案の場を作る3つのポイント
 - 3)お客さまから歓迎され、手応えを感じる自主訪問活動の設計ポイントを知る
 - 4)イベント(展示会)を軸に上得意客づくりのサイクルを回そう

講演の狙い

知名度の高い大手有名企業が続々と電力小売りに参戦し、もはや避けられなくなった自社LPガス顧客の流出。当講演では、電力自由化というピンチをチャンスとしてとらえ、優良顧客2倍増を実現するご提案をいたします。

講演での5つの提言

1. 顧客から選ばれるために“最新 LPガス利用者の声”に学ぶ
2. 上位客20%を固める“電力販売の有力LPガス会社”の戦略を知ろう
3. 上得意客20%、得意客30%!“選ばれている異業種”に学ぶ
4. ヤマグチに学び“オンデマンドサービス戦略”を仕掛けよう
5. 顧客から選ばれるために“コミュニケーション戦略”を強化しよう

※貴社のご要望等をご相談ください。最適な講演を組み立てさせていただきます。

■お問い合わせ先:

株式会社コミュニティ・アドバンテージ
電話 03-3865-6676

FAX 03-3865-6677

mail: web@com-adv.co.jp

講演会のご案内

『オンデマンドサービスで勝ち組をめざそう』

講演会の開催要項

- 対象者 : 経営者・幹部、営業責任者、営業担当者
- 講演時間 : 2時間
- 講演費用 : 20万円(宿泊費・交通費・消費税別途)

—講演カリキュラム—

- 1. 電力自由化は広域大企業による単純な「価格競争」**
 - 1)電力自由化によって、消費者に選ばれるかどうか問われる時代に突入
 - 2)電力販売の実態は、一部を除く全てが「価格」誘引による競争
 - 3)価格競争によって、存在価値の低い店(会社)が急激に淘汰される
- 2. そもそも「エネルギー選択」は単なる「機器選択の副産物」と心得よう**
 - 1)消費者はエネルギーの選択などにこだわりなど無い
 - 2)お客様が生活の中で、どんな希望をお持ちかを確認することに我々の存在価値がある
- 3. 「価格対応」よりも「望みを実現し悩みを解決」する機能強化が求められる**
 - 1)これまでの営業の基本方式とこれからの基本方式の違いを理解しよう
 - 2)営業の着眼点は、「機器の不具合」ではなく、「リフォームの眼」から捉えよう
 - 3)お客様のお悩み・ご希望に応じた「マンツーマンの問題解決」を披露しよう
- 4. 今が差別化チャンス！“オンデマンドサービス最大化作戦”を企画しよう**
 - 1)現実の場でも「親密度」と「機器提案成約率」には明確な因果関係が存在
 - 2)LPガス会社の多くは「サービス要求型」顧客が流出すれば長期的には生き残れない
 - 3)短期のみでなく長期的にも親密化作戦の目標を設定しよう
- 5. サービス要求型の消費者の評価向上は、「積み重ねれば」出来る**

講演の狙い

エネルギー自由化が進展する中で、LPガス販売事業者が勝ち組になるために、サービス競争を賢く推進する方法を事例に基づきお伝えします。

講演の特徴1

サービス競争で成功している異業種や同業LPガス会社から学べるサービス戦略の考え方を分かりやすく学べます。

講演の特徴2

「お客さまに喜ばれるサービスの徹底＝オンデマンドサービス」の具体的な手法やそれによる成長戦略を具体的に提示します。

※貴社のご要望等をご相談ください。最適な講演を組み立てさせていただきます。

■お問い合わせ先：

株式会社コミュニティ・アドバンテージ

電話 03-3865-6676

FAX 03-3865-6677

mail : web@com-adv.co.jp