

テーマ	卓越した業績を実現する顧客本位の経営モデルの策定
目的	顧客から評価される顧客価値創造モデルを構築する
対象	経営者・経営幹部・部門長
案内	<p>顧客から評価される顧客価値創造モデルを構築するために、顧客価値創造モデルの評価基準である「日本経営品質アセスメント基準書」に基づき自社の現状を客観的に評価する考え方を習得する</p> <p>特に、本プランにおいては、顧客から評価されるために「経営品質に対する正しい認識」を持つことに加え、経営者が企業の方向性を明らかにするために重要な「組織プロフィール」「経営幹部のリーダーシップ」「顧客・市場の理解」「個人と組織の能力向上」「価値創造のプロセス」に重きをおいている</p> <p>(事前課題：企業文化調査) ☆ 2日コースの簡易版</p>
期間・時間	4回 (1回3時間)
講師	イーエムイーコンサルタンツ株式会社 代表取締役 小野 知己
費用	
内容	

単元	カリキュラム	概要
	☆ オリエンテーション I 経営品質とは何か 1 経営品質とは何か 2 自社を客観的に認識する ・ 組織プロフィール作成 II 評価カテゴリー毎の認識を高める 1 経営者としてのリーダーシップのありかた ・ 企業文化調査簡易版分析 2 顧客・市場の要望を把握する 3 戦略を策定し、浸透させる 4 個人と組織の能力向上 5 価値創造のプロセス III 自社の成熟度をまとめる	<ul style="list-style-type: none"> ○ 顧客本位に基づく業績の卓越性を目指すもの ○ 基準書は経営者としてのバイブル ○ 経営者として認識すべきこと ○ 自社のプロフィールを作成する ○ 経営幹部の役割 ○ 経営品質が求めるリーダー像 ○ 企業文化診断より自己のリーダーシップを振り返る ○ 顧客・市場を正しく認識する ○ 顧客への対応基準を明確にする ○ 顧客満足要因を認識する ○ 戦略の策定プロセスを明確にする ○ 戦略の展開と浸透を図る仕組み ○ 戦略の浸透度を分析する ○ 組織能力を蓄積し、発揮する仕組み ○ 社員満足要因を認識する ○ パートナー企業を含めたバリューチェーンを明確にする ○ チェックリストに基づく自己評価