

ブランド強化のための 戦略的年度予算計画立案と ブランド戦略策定

【コンサルティング・プログラムご提案書】

- ・ 花王流成功のエッセンス
- ・ 数字合わせの予算から「戦略的予算」へ
- ・ 「ブランド強化」の為の予算編成
- ・ 貴社版の戦略的年度計画とアクションプラン策定

【指導コンサルタント】

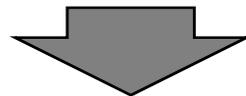
川上 義昌

元・花王株式会社食品事業部 事業部長
株式会社日本オリエンテーション 主席客員研究員

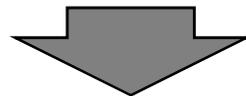
＜＜戦略的年度予算計画立案とブランド戦略策定＞＞
コンサルティング内容案

第1日

1. スタート・レクチャー(考え方)
 - ・ 戦略的年度予算計画立案とブランド戦略策定
 - ・ 売上予算と戦略立案
2. 貴社テーマブランド既存年度計画レビュー(対計画予実算)
 - ・ 課題整理
3. 戦略目標の設定と売上予算の骨子(売上、シェア)
4. テーマブランドの年度計画策定について



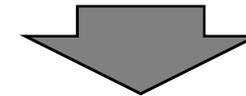
売上予算と基本戦略書案を作成 (貴社サイド)



第2日

1. 基本戦略書と売上予算討議
2. 個別施策討議
 - 戦略書事例研究・フォーマット・年度販売目標・商品戦略・
 - 広告戦略・情報戦略・販売戦略・MK施策・エリアPPM・
 - 重点チャンネル・売上水準値
3. MKマスタースケジュール策定へ
4. アクションプラン策定へ

MKマスタースケジュールとアクションプランの作成 (貴社サイド)



第3日

1. スケジュール案ブラッシュアップ
 - ・ MKマスター
 - ・ アクションプラン
2. スケジュール成功のための月次戦略会議の設定とフォローの方法について

【個別施策例】

広告宣伝 計画案

テレビ 番組 予定		10月	11月	12月	1月	2月	3月	計	番組内容・選定理由
番組名	ネット 放送 時間・エリア								
おはよう ナイスデイ (月~金) 8:30~9:05 (30秒CF)	27 CX (山)								
ピザのりイ (月~金) 14:00~15:55 (30秒CF)	27 CX (山)								
おもいっさりテレビ (月~金) 12:00~12:55 (30秒CF)	28 NTB (山)								
我の劇場 (月~金) 13:00~13:30 (30秒CF)	31 TBS								
アッコにおまかせ (日) 11:45~12:54 (30秒CF)	30 TBS								
笑っていいとも増刊号 (日) 10:00~11:45 (30秒CF)	5 CX (山)								

別予実算			
8月	9月	4~9月	
83.7	102.1	740.0	
104.9	118.1	758.2	
			120
			1
			7
			0
			2
			13
			8
			4
			0
			9
			146
			9
			2

上期 商品グループ基本戦略書

商品グループ **食品事業部**

売上目標 **上期 4.1億円 (前年 12.5%) 下期 5.8億円 (前年 13.5%)**
年間 10.0億円 (前年 13.1%)

- ブランド育成強化 **上期 3.0億円 (当用 2.2億円 ギフト 7.5億円)**
年間 7.0億円 (当用 5.0億円 ギフト 2.0億円)
 普及世帯率 7% → 30.0万世帯 (当初ターゲット 38%)
- ギフト市場の確立
 ギフトの認知拡大による贈答市場でのシェア拡大
年間 2.4億円 シェア 1.0%へ
- 取り扱い店の拡大
30,000店 (コアポイント店 15,000店)
- 販路拡大の強化

【上】 主要MK施策

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
新製品						
改製品						
ゲーム						
くらしの備後記						
長寿シーン						
販路別 (地域別)						
公刊制 (販路別)						
販路	15%	12%	11%	9%	8%	10%
構成	15%	12%	10%	10%	12%	8%
	8%	6%	5%	3%	4%	5%
番組	330 (WARP)	270 (WARP)	430 (WARP)	450 (WARP)	370 (WARP)	480 (WARP)
CF	150 (WARP)	50 (COR)	50 (COR)	50 (COR)	50 (WARP)	50 (WARP)
雑誌	10冊					
C	P					
集点		0.5%	0.4%			0.5%

メディアミックスの考え方

◎→重点投入
○→投入

販売戦略

① の配荷拡大と育成
 ・直取り引き可能店 30,000店への配荷
 ・コアポイント店 15,000店へ
 ・情報伝達の徹底 (リーフレットと定番POP)
 ・定番、エンタのMDの確立
 ・ブランド資産づくり 安易な価格弾力は止め利益ある商材に育成
 (の取次品)

上記の様なフォーマットをベースに、テーマブランドの課題を解決検討。MKマスタースケジュール、アクションプランを策定したうえで成功への道筋を作ります。

【指導コンサルタント】

川上 義昌

元・花王株式会社食品事業部事業部長
株式会社日本オリエンテーション
主席客員研究員

花王株式会社の新規事業部門を主軸に、化粧品販売部長、食品事業部長として商品開発、ブランドマーケティング、エリアマーケティングの手法開発、チャンネルづくり、販売制度政策、全国販売体制確立などの指揮をとる。特にエリアマーケティング手法は、花王市場戦略の基本となっており、家庭品販売部門においては、支店長、販売会社専務、化粧品販社社長などを歴任し、花王の販売体制強化、エリア流通政策、販社設立、統合、経営革新を推進。今日ある磐石の、花王販売網の基盤を確立した。

現在は日本キャリア・マスターズ株式会社代表取締役、エグゼクティブクラスの人材開発コンサルタントとして活躍中。

【日程】

1日4時間、3日間のプログラム

13:00～17:00 又は 13:30～17:30

上記の時間で予定しております。

【お問い合わせ先】

株式会社 日本オリエンテーション

〒113-0024 東京都文京区西片1-14-15

TEL 03(5802)4151

FAX 03(5802)4152

URL <http://www.jorien.com>

MailTo:webmaster@jorien.com