

顧客接点の新たなデザイン

ITがどれほど進しようとも、もしくは価値の交換プロセスがいかに変化しようとも、売る側と買う側の出会いの場、顧客接点が消滅することはない。ただし、両者を取り巻く環境の変化とともに、もしくは両者自身の変化によって、顧客接点への到達手段は多様化し、到達経路は複雑化してきている。したがって、顧客接点をいかにデザインしていくかはいつの時代でも重要な経営課題である。今回の特集では、この課題に資するべく、「営業改革の壁を越えるために」「顧客に探し出してもらおうブランド集客の秘訣」「売れる組織を作るリーダーの条件」という3つのテーマを取り上げた。

C O N T E N T S

- 営業改革の壁を越えるために
高嶋 克義 ……4
- 顧客に探し出してもらおうブランド集客の秘訣
竹村 徹也 ……8
- 「売れる」組織を作るリーダーの条件
吉野 真由美 ……12