

-PLAT FORM- CONSULTING MENU

小売・卸・流通業界等の戦略コンサルティングカンパニー
「戦略」×「クリエイティブ」×「デジタルシフト」

実践できる方法・プロセスを

「課題・アイデア」をカタチに
「戦略」をクリエイティブに
「意志決定」にスピードを

『Simplicity Mind』

最小の労力（資金）で最大の効果（売上）を最大化する

プロデュース
戦略



Leverage
SHARE

デジタルツール
武器



クリエイター
人材



あなたの商品が売れない理由はどこにあるのか？

失敗をもたらすバットスパイラル

もしも、あなたが今、ビジネスが上手くいっていないと考えて売るのであれば、その状況はまだまだ続く可能性があります。

失敗を過去の成功事例で解決しようと努力を重ねても、いつまでたっても晴れた日はこないかもしれません。失敗が恐ろしいのは「失敗が失敗を呼び込む」ことです。失敗に学べる柔軟な環境があるのであれば、問題ありません。しかし、失敗はビジネスに関わる人の「心」と「行動」に影響を与えていきます。

変化激しい時代に挑戦しない 組織・個人は淘汰される

最初のうちは「心」が折れることなく、頑張ることもできるでしょう。ですが、失敗が続くと状況は変わってきます。

「まだ大丈夫だ」が「うまくいくのか？」になり、「うまくいくわけがない！」と失敗を恐れるがあまり、少しでも失敗すると「この戦略はうまくいかない」「別の新しい戦略に取り組もう」と考え、目の前の事実と向き合わず、逃げるようになります。その結果、どれも中途半端になり、うまくいかなくなってしまうのです。

その思考が失敗の行動を続けさせ……。まさにバットサイクルが回りはじめてしまう。

着眼点を変えることで売上・収益は改善する

「ユーザーインサイト」の理解

「簡単」なことを「難しく」する悪

ビジネスには非常に多くの業務があり、その選択肢も莫大にあることから、どうしても分散してしまいがちです。ですが、商品売るために集中すべきものはそう多くはないのです。

今売れていない商品も、顧客接点を改善すれば、すべてが変わります。

実際に売れるようになっていきます。

顧客接点が全てを変える

顧客接点の大半を構成するのは「要素」と「言葉」になります。特に「言葉」は重要です。

通販やネットでは、顧客はあなたの商品に触れることができません。

ブランド力の高い商品でなければ、顧客接点で商品の魅力、価値を理解し、購入につなげられない。情報選択肢の多い現在は、顧客接点の改善こそ、売上を上げる最重要課題となるのです。

お客様があなたの商品を知る「きっかけ」は何なのか？

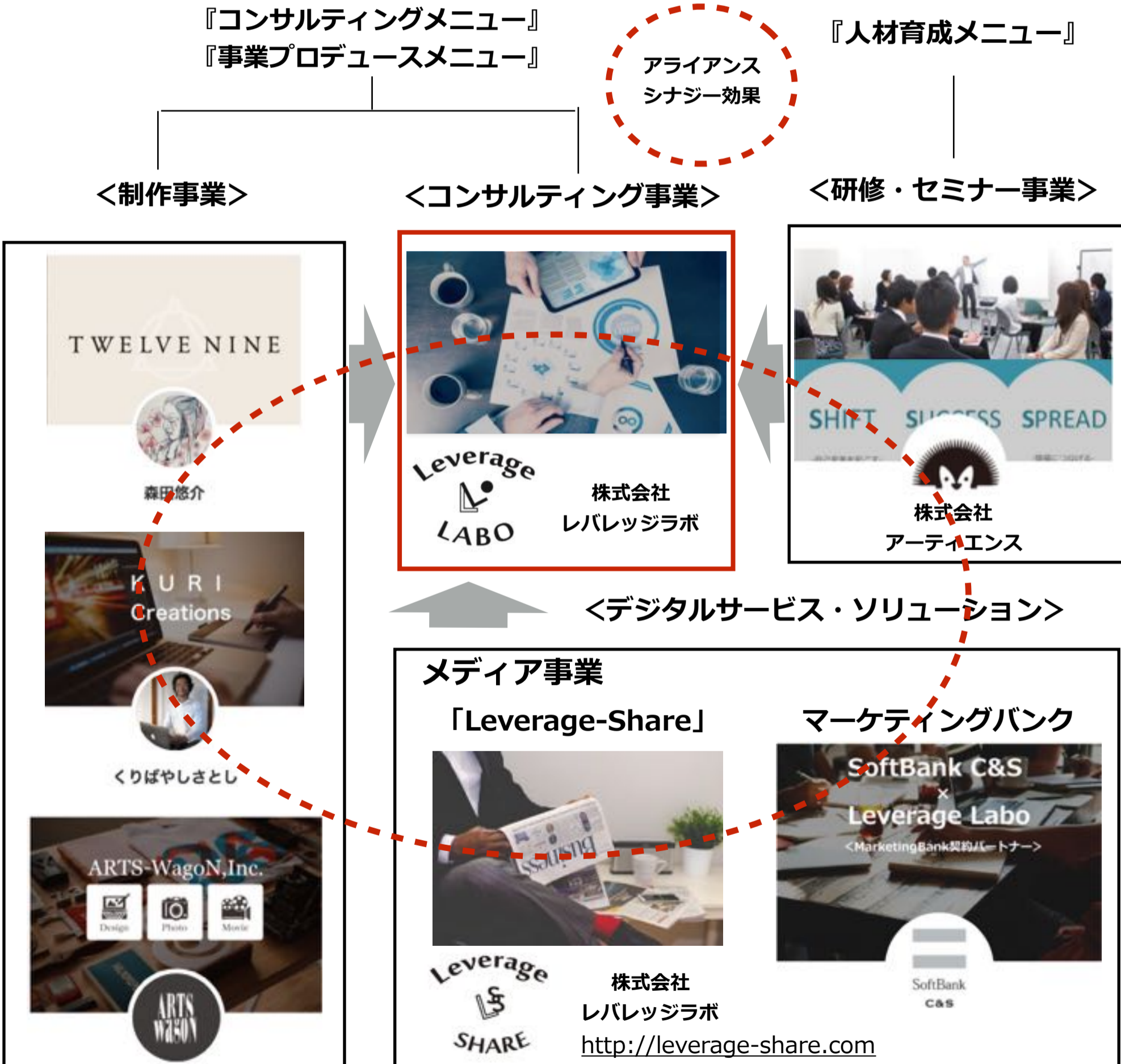
「顧客接点」を活用して「強み・特徴」を『最高の言葉やビジュアル化』して伝える』

プラットフォーム型コンサルティング

■目的

当メニューは、その道に精通した複数の企業や個人と連携することで、
シナジー効果を生み出し、スピード感を持って業務支援することを目的としております。

- 「戦略」：戦略から実践まで、目標達成に必要な本質を見極め、それを確実に実行するための方法に特化
- 「クリエイティブ」：「伝える」「届ける」を最も適したカタチに変換するパートナークリエイターズ
- 「デジタルシフト」：多様化したニーズ、チャンネルに対応する最大の武器。デジタルツールの有効活用支援



■コンサルティングの特徴

『ハイブリッド型メニュー』 = 『基幹メニュー』 × 『カスタマイズメニュー』

基幹メニューを土台にして、お客様の課題・要望に合ったオリジナルメニューを提案します。

1. 『基幹メニュー』

レバレッジ・マーケティング



レバレッジ・ブランディング



×

2. 『カスタマイズメニュー』

SPA開発 (マーチャンダイジング ・VMD)



Webマーケティング (コンテンツマーケティング)



アイデアマネジメント



BtoB コンサルティング支援



■コンサルティングの要点

『Simplicity Mind』 最小の時間で成果を最大化する

情報進化によってあらゆる選択肢が存在し、本来大事なことが見えにくくなっています。より多くの課題を抱え込み疲弊するのではなく、ゴールに直結しない無駄な仕事は削減して、重要なプロセス要点を見極め、最短距離でゴールに導くのが、レバレッジラボ流のアプローチです。

■ 『Simplicity Mind』 の実践で期待できる3つの効果

最適な「手順」 効率的な「仕組み」 効果的な「仕掛け」の方法で、
①「時間資源の有効活用」 ②ノウハウの蓄積 ③売上・収益拡大



レバレッジ・マーケティング

『モノ発想では、もう「右肩下がり」の市場を戦えない』

- **特徴** 『顧客を「知る」価値を「創る」価値を「届ける』
 - ・目標からゴールまで「見える化」「共通認識」化
 - ・顧客の「心理」「行動」を戦略パッケージ化
 - ・時流に合った「売れる仕組み」を構築する

■ **対象者** 経営者・経営幹部・創業、起業間もない方

■ **概要** プログラム期間 (3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月)



レバレッジ・ブランディング

『消費者の心をつかみ記憶に焼き付け認知、行動させる』

- **特徴** 『収益に貢献するブランディング環境を創る』
 - ・顧客満足度が上がる→価格競争から抜け出す
 - ・顧客との絆が強まる→ロイヤル顧客になる
 - ・顧客からの評判が高まる→顧客間で拡散される

■ **対象者** 経営者・経営幹部・創業、起業間もない方

■ **概要** プログラム期間 (3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月)



SPA開発 (マーチャндаイジング・VMD)

『SPA&QRをミックスした新しいビジネスロジック』

- **特徴** 『川上から川下まで業務プロセス最適化』
 - ・従来型MDからプロデュース型MDへ
 - ・実務経験10年以上の経験とノウハウ
 - ・大手アパレル4社のハイブリッド型戦略

■ **対象者** 経営者・経営幹部・担当責任者の方

■ **概要** プログラム期間 (3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月)

■ 『Simplicity Mind』 の実践で期待できる3つの効果

最適な「手順」 効率的な「仕組み」 効果的な「仕掛け」の方法で、
①「時間資源の有効活用」 ②ノウハウの蓄積 ③売上・収益拡大



Webマーケティング (コンテンツマーケティング)

『ECサイト、ブランドサイトを情報発信基地に！』

■ 特徴 『収益を上げる戦略的サイト設計と運用』

- ・ユーザーの情報ニーズに応えるコンテンツ企画
- ・デジタルツールの活用で「質と時間」を改善
- ・成功サイトに共通する成功法則

■ 対象者 経営者・経営幹部・創業、起業間もない方

■ 概要 プログラム期間 (3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月)



アイデアマネジメント

『既存のアイデアを組み合わせ新たな価値を創る』

■ 特徴 『問題解決型思考からデザイン思考アプローチ』

- ・常識や既成概念の外に出て新たな価値を見つける
- ・仮説・検証ではなく、観察・共感のサイクル
- ・アイデア・発想を形にする効果的な手法とツール

■ 対象者 経営者・経営幹部・創業、起業間もない方

■ 概要 プログラム期間 (3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月)



BtoB コンサルティング支援

『売れる仕組み創りと効果的なセールス戦略』


■ 特徴 『段階的な施策で見込み客をゴールに導く』

- ・買い手が購買にいたるまでのプロセス設計
- ・情報発信ツールとしてのWeb活用と効果
- ・「強み」「特徴」をトークスクリプト化

■ 対象者 経営者・経営幹部・創業、起業間もない方

■ 概要 プログラム期間 (3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月)

1.基幹メニュー『レバレッジ・マーケティング』



レバレッジ・マーケティング

『モノ発想では、もう「右肩下がり」の市場を戦えない』

- 特徴 『顧客を「知る」価値を「創る」価値を「届ける』
 - ・ 目標からゴールまで「見える化」「共通認識」化
 - ・ 顧客の「心理」「行動」を戦略パッケージ化
 - ・ 時流に合った「売れる仕組み」を構築する
- 対象者 経営者・経営幹部・創業、起業間もない方
- 概要 プログラム期間（3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月）

■戦略フェーズ

- 1.なぜ、あなたの商品は売れないのか？
- 2.顧客視点で自社をどこまで理解しているか？
- 3.ビジネスプランチェックシート：現状認識※ワーク形式①
- 4.「戦略シナリオ」各活動に一貫性をもたせてシナジー効果を生み出す
- 5.マーケティングプロセス全体像
- 6.適切な目標設定がゴールへの最短距離
- 7.目標を行動に変える効果的な方法※ワーク形式②
- 8.3C分析から4C分析で外部環境の変化に対応する
- 9.「顧客へのフォーカス」が戦略の一番のテーマ※ワーク形式③
- 10.SWOT分析からの課題の絞り込み
- 11.SWOT分析からの課題の絞り込み※ワーク形式④
- 12.顧客セグメントを明確にする
- 13.顧客セグメントを明確にする※ワーク形式⑤
- 14.顧客視点で複数のポジショニングマップで優位性を明確にする
- 15.ペルソナターゲットを具体的にする5W2Hシート⑥

- 16.カスタマージャーニーで「顧客インサイト」を視覚化する
- 17.カスタマージャーニー作成の手順
- 18.顧客接点（タッチポイント）の改善→売上改善に！！
- 19.顧客接点（タッチポイント）改善シート※ワーク形式⑦
- 20.コンセプト設計プロセス
- 21.コンセプト設計シート※ワーク形式⑧
- 22.コンセプトメッセージを「共通言語化」する（PRツールの原案）※ワーク形式⑨

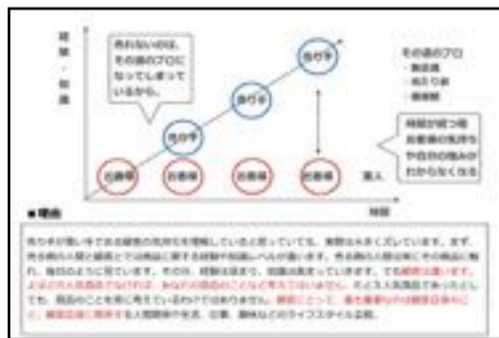
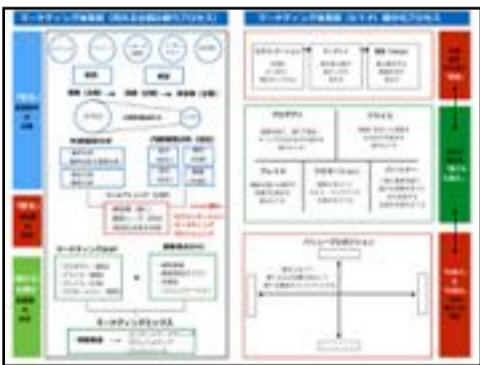
■実行フェーズ

- 23.消費者が購買にいたるための意思決定のプロセス
- 24.消費者が購買に至るまでの意思決定要因
- 25.消費者が購買にいたるための意思決定のプロセス※ワーク形式10
- 26.マンダラートによるアイデア抽出※ワーク形式11
- 27.消費者購買行動 競合比較※ワーク形式12
- 28.4P+4C軸でマーケティングミックス※ワーク形式

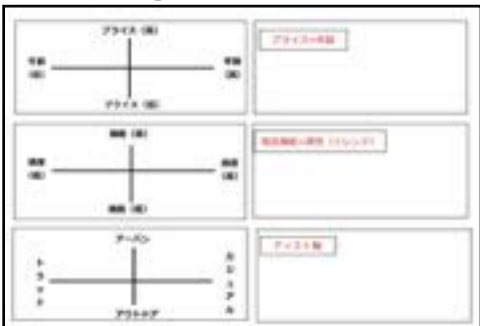
■コンサルティングメニュー詳細

- 29.コンサルティングの特徴
- 30.アプローチ手順（3ヶ月PLAN例）

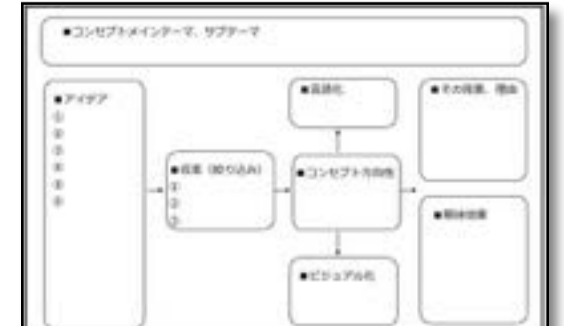
■プログラムメニュー



■ワークシート形式



| 顧客接点 (タッチポイント) | 顧客 属性 | 顧客視点で見られる価値 提供方法 | 顧客層 (ターゲット) 「属性」「心理」「行動」 |
|----------------|-------|------------------|--------------------------|
| サイト | | | |
| ショップ | | | |
| 広告 | | | |
| SNS | | | |
| PR/イベント | | | |
| 雑誌・媒体 | | | |
| テレビ | | | |
| ラジオ | | | |
| その他 | | | |
| その他 | | | |



1.基幹メニュー『レバレッジ・ブランディング』

レバレッジ・ブランディング

『消費者の心をつかみ記憶に焼き付け認知、行動させる』

- **特徴** 『収益に貢献するブランディング環境を創る』
 - ・顧客満足度が上がる→価格競争から抜け出す
 - ・顧客との絆が強まる→ロイヤル顧客になる
 - ・顧客からの評判が高まる→顧客間で拡散される

■ **対象者** 経営者・経営幹部・創業、起業間もない方

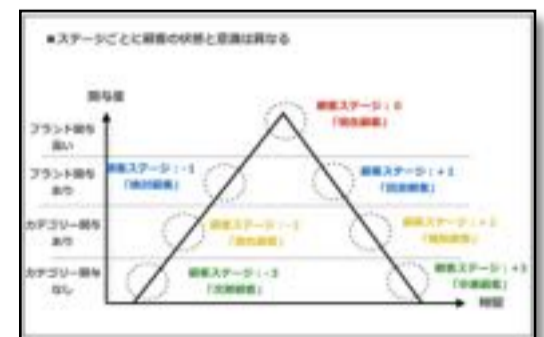
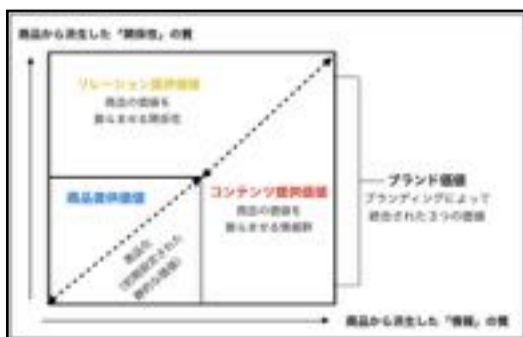
■ **概要** プログラム期間 (3ヶ月・6ヶ月・12ヶ月)



- 1.サマリー
- 2.ブランディングとは?
- 3.ブランディングの定義
- 4.ブランディングがビジネスに貢献する構造
- 5.ブランディングを最大化させる3つの要素
- 6.消費者にとってのブランド価値
- 7.現状と今後 (あるべき姿) ※ワーク形式①
- 8.ブランディング活動の全体像
- 9.ブランディング活動の4つの業務フェーズ
- 10.「マーケティング」と「ブランディング」の違い
- 11.ブランディングの位置付け (あるべき姿) ※ワーク形式②
- 12.「ブランドストーリー」を抽出する

- 13.「ブランドストーリー」を作成※ワーク形式③
- 14.他の商品とは異なる「らしさ」(個性)を持たせる
- 15.「ブランド・パーソナリティーの性格設定」※ワーク形式④
- 16.顧客ステージを理解する
- 17.顧客ステージを理解する※ワーク形式⑤
- 18.価値の最大化を顧客ステージ区分でみる
- 19.顧客ステージに合わせた対策を考える※ワーク形式⑥
- 20.価値を仕組みにまとめる
- 21.顧客ステージに合わせた対策を考える※ワーク形式⑦
- 22.ブランディングプロジェクト推進のポイント
- 23.ビジネスモデルキャンバスによるブランディング可視化※ワーク形式⑧
- 24.ブランディングプロジェクトでチェックする項目

■プログラムメニュー



■ワークシート形式

| 商品提供価値 | ソリューション提供価値 | コンテンツ提供価値 |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 商品そのものが最初から持っている価値・強み | 商品そのものが最初から持っている価値・強み | 商品そのものが最初から持っている価値・強み |
| 商品提供価値 | ソリューション提供価値 | コンテンツ提供価値 |
| 商品提供価値 | ソリューション提供価値 | コンテンツ提供価値 |

| 顧客ステージ | 顧客の意識 | 各フェーズのタッチポイント |
|----------|-----------|---------------|
| 0: 認知顧客 | 商品ブランドを認知 | |
| -1: 検討顧客 | 商品ブランドに興味 | |
| +1: 検討顧客 | 商品ブランドに興味 | |
| -2: 検討顧客 | 商品ブランドに興味 | |
| +2: 検討顧客 | 商品ブランドに興味 | |
| -3: 検討顧客 | 商品ブランドに興味 | |
| +3: 検討顧客 | 商品ブランドに興味 | |



特典1

頭の中にある「課題やアイデア」を資料を通して
「カタチにする」

『コンサルティング+資料作成サービス』

<http://leveragelabo.net>

■特典①コンサルティング
「資料作成」サービス

■特典内容

通常10万円相当の料金

1案件1回無料作成

(通常コンサルティングメニュー
と別途提供サービス)

特典2



×



株式会社アーティエンス

特典②『人財育成』
コラボレーション特別企画

■特典内容

通常6万円相当の料金

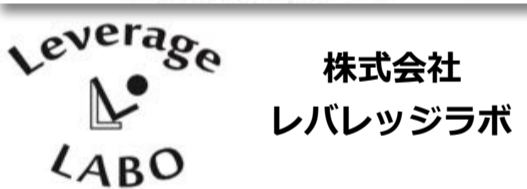
コラボレーション特別企画

1人1回当たり研修・セミナー料金

¥20,000 (研修・セミナー)

3回まで無料受講

特典3



株式会社
レバレッジラボ

×



SoftBank
SoftBank c&s

特典③『デジタルシフト』
コラボレーション特別企画

■特典内容

コラボレーション特別企画

「マーケティングバンク」

登録デジタルツール各種

全サービス通常価格より、

10~20%割引

特典4

新・展示会等出展支援助成事業
- 販路拡大サポート事業

都内中小企業者が販路拡大のために出展する、国内外の展示会等への出展及び広告掲載に要する経費の一部が助成されます。弊社が申請から受給まで完全サポート

特典③『デジタルシフト』
コラボレーション特別企画

■助成限度額

最大150万円・2/3以内

申請要件がある為、問い合わせください

特典5



特典④『制作物作成』
コラボレーション特別企画

■特典内容

制作会社、代理店を通さない為

「低価格」「高品質」

でWebサイト、販促、PRツールの制作が可能。用途に合わせた最適なプロデュース支援

「戦略立案を手助けする」資料作成サービス

特典 1

頭の中にある「課題やアイデア」を資料を通して「カタチにする」

『コンサルティング+資料作成サービス』

<http://leverage-labo.net>

■特典①コンサルティング「資料作成」サービス

通常料金10万円相当

契約した場合：1案件1回

無料作成

通常コンサルティングメニューと別途提供サービス

■用途

- ・ 補助金・助成金獲得用資料作成
 - ・ 資金獲得用、事業計画書の作成支援
 - ・ 社内外プレゼン用資料の作成など
- 何でもご相談ください。

■お客様の声

- ・ アイデアはあるものの具体的なカタチに落とし込めない
- ・ 新規事業の開発、事業再構築の可能性を客観的に判断したい
- ・ 提案の為の新しい企画が欲しい
- ・ 資料のデザインを分かりやすく、見栄え良くまとめたい
- ・ 企画書、プレゼン資料作成にかかる時間がない

ヒアリング

カタチにならない
課題・想い
多様な視点で情報収集
専用ヒアリングシート



コンサルティング アプローチ

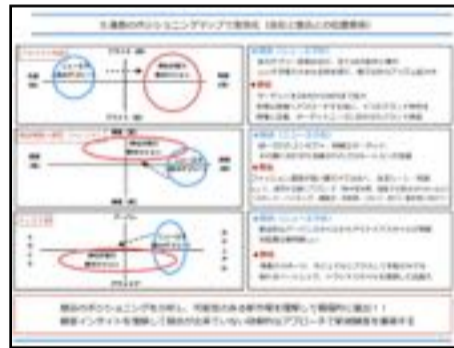
ブラッシュアップ
解決策・アイデア
付加価値をつける



資料作成

効果を最大限表現
伝わる・通る・売れる
を追求

■資料一部掲載（コンサルティング+資料作成がセット）



| 料金 | 新規作成 ブラッシュアッププラン (企画案が既にある場合) | 提案型新規作成プラン (企画案があるが形に出来ていない場合) (課題・アイデアが固まっていない場合) |
|----------------------------|---|---|
| 特徴 | 作成案は既にあるが、更にブラッシュアップしたい方。アイデアや具体的プロセスを盛り込んで欲しい方を対象としたプランです。弊社で構成の変更が必要と判断した場合は提案型新規作成プランをご提案させて頂く場合がございます | ヒアリング・関連資料を基に、弊社からプレゼン資料の構成や内容、デザインをトータルで提案させて頂き作成するプランです。「想い」や「アイデア」を「カタチ」にして考案を実践に移すためのプランです。 |
| コンサルティングサービス | コンサルティングアプローチ資料 外部環境・競合分析・アイデアブラッシュアップ 消費者調査、各種リサーチ | コンサルティングアプローチ資料 外部環境・競合分析・アイデアブラッシュアップ 消費者調査、各種リサーチ |
| 納期 | 8営業日 | 12営業日 |
| 企画費 | ¥50,000 | ¥80,000 |
| 価格 | 1ページ当たり ¥3,000(表紙はカウントしません) | 1ページ当たり ¥3,000(表紙はカウントしません) |
| 貴社訪問(ヒアリング) (都心近郊のみ可) | ¥20,000 (今なら無料) | ¥20,000 (今なら無料) |
| スピードアップチャージ (1営業日短縮する毎) | +4,000/日 | +4,000/日 |

特典2



戦略

×



実行する

特典②『人財育成』
コラボレーション

■特典
コラボレーション特別企画

通常1人1回当たり料金
¥20.000（研修・セミナー）
『アーティエンス』
チケット3回まで無料
通常¥60.000相当を無料

「育てる」から「学ぶ」へ
～自己組織化を促進し、自ら学び組織の成長につなげる～

| 実施日 | セミナー名 | 対象者 | 日時 |
|-----|--------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 10月 | ロジカルシンキング・ダッシュセミナー | 若手社員・中堅社員の方 | 10月20日（木） 9:00～18:00 |
| 11月 | リーダーシップセミナー | 主任、係長クラスの方 リーダー職、新任管理職の方 | 11月10日（木） 10:00～18:00 |
| | OJTトレーナーセミナー | トレーナー、 部下を持つ社員の方 | 11月22日（火） 10:00～18:00 |
| | ロジカルシンキング・ダッシュセミナー | 若手社員・中堅社員の方 | 11月29日（火） 9:00～18:00 |
| 12月 | マネジメントセミナー | 管理職の方 | 12月16日（金） 10:00～18:00 |
| 3月 | OJTトレーナーセミナー | トレーナー、 部下を持つ社員の方 | 3月3日（金） 10:00～18:00 |
| | 1年社員フォロー研修 | 1年目社員（16年） | 3月10日（金） 13:30～17:30 |
| 5月 | OJTトレーナーセミナー | トレーナー、 部下を持つ社員の方 | 5月23日（火） 10:00～18:00 |
| 6月 | リーダーシップセミナー | 主任、係長クラスの方 リーダー職、新任管理職の方 | 6月22日（木） 10:00～18:00 |
| 7月 | OJTトレーナーセミナー | トレーナー、 部下を持つ社員の方 | 7月20日（木） 10:00～18:00 |
| 9月 | マネジメントセミナー | 管理職の方 | 9月26日（火） 10:00～18:00 |
| 10月 | ロジカルシンキング・ダッシュセミナー | 若手社員・中堅社員の方 | 10月17日（火） 9:00～18:00 |
| | リーダーシップセミナー | 主任、係長クラスの方 リーダー職、新任管理職の方 | 10月26日（木） 10:00～18:00 |

マネジメントセミナー



「直近の成果」に追われるマネジャーから、「成果」と「成長」の双方に向かって組織を強く牽引し、価値発揮していけるマネジャーに変革するために創られたセミナーです。「マネジャーとはこういった役割を担うものか」を深く考察し、マネジャーがプレイング業務に偏りすぎないための、「マネジャーとして目指すビジョン、姿勢」を培うための機会を設定します。

リーダーシップセミナー



「リーダーは何をすべきか」を知る為に絶対的に必要な【リーダーの視点・視野】を鍛え、周囲から求められるリーダーに変革していくためのセミナーです。リーダーシップに必要な①ビジョンを掲げる②部下のやる気を引き出す③推進力を高めるの3つを満遍なく意識して推進していくために必要な【リーダーの視点・視野】を鍛えていきます。

ロジカルシンキング・ダッシュセミナー



ロジカルシンキング（論理的思考）のスキル向上を目指し、相手の期待に応えるために“自分自身でロジックを創ること”を繰り返してトレーニングします。情報を整理し可視化する手法の「プロセス図」「マトリックス」「ピラミッド構造」を用いながら、ハウレンソウのシミュレーションを何度も実践し、論理的思考を超実践的に学んでいただきます。

OJTトレーナーセミナー



ロジカルシンキング（論理的思考）のスキル向上を目指し、相手の期待に応えるために“自分自身でロジックを創ること”を繰り返してトレーニングします。情報を整理し可視化する手法の「プロセス図」「マトリックス」「ピラミッド構造」を用いながら、ハウレンソウのシミュレーションを何度も実践し、論理的思考を超実践的に学んでいただきます。

料金 1チケット（1日受講） ¥16,667～

年間を通してセミナーをご利用いただく企業様向けに、お得な年間セットプランを提供させていただきます。お申込みいただいた日より1年間の期限で、1セミナーあたり1.6～2万円での受講が可能です。

※単日でのお申し込みも受け付けております

| チケット枚数 1枚につき1人1日参加 | 料金（税抜） | 参考：セミナー1日参加の 1人当たり単価 |
|-----------------------|------------|-------------------------|
| 5枚 | ¥110,000 | ¥22,000 |
| 10枚 | ¥200,000 | ¥20,000 |
| 20枚 | ¥380,000 | ¥19,000 |
| 40枚 | ¥720,000 | ¥18,000 |
| 60枚 | ¥1,000,000 | ¥16,667 |

特典3



**株式会社
レバレッジラボ**

×



SoftBank c&s

**特典③
『デジタルシフト』
コラボレーション**

■特典
コラボレーション特別企画

『ソフトバンク C&S』
「マーケティングバンク」
登録デジタルツール各種
**全サービス通常価格より、
10～20%割引**

「時間」と「資金」の有効活用

多様化したニーズや価値観に変化対応するにはデジタルツールの活用が不可欠な時代。月額無料～1万円台を中心に、厳選した「武器」となるデジタルツールを通常価格より安く提供します。

サイト構築

カート離脱改善

予約システム



あなただけのホームページを無料で作る Wix

サービスのおすすめポイント 企画 あらゆる業種に対応したバリエーションとサービスの豊富さ。価格 無料 プ...

[Read More](#)



カート離脱したお客様を呼び戻す！ CART RECOVERY

サービスのおすすめポイント 企画 カゴ落ちは、一般的なECサイトの平均でなんと70%！価格 初期費用¥5...

[Read More](#)



たった1分で使える様々な業種に対応した 無料の予約システム Coubic

サービスのおすすめポイント 企画 Web予約システムだけでなく、ホームページ作成も 価格 初期費用は無し...

[Read More](#)

ECサイトアクセス分析

WEB接客

ヒートマップツール



ECのアクセス解析・PDCA管理支援ツール SHOP NOTE

サービスのおすすめポイント 企画 アクセス解析から売上アップにつながる革新的な7つの機能 価格 初期費用...

[Read More](#)



ECサイト上で「最適なタイミングでの販促」を実現 ZenClerk

サービスのおすすめポイント 企画 購入を迷っているお客様にうれしい「最後のひと押し」を 価格 月額固定費¥...

[Read More](#)



ユーザーの動きを可視化する ヒートマップ解析 User He

サービスのおすすめポイント 企画 あなたのウェブサイトへの訪問者を可視化するツール 価格 無料 利便性 ス...

[Read More](#)

特典4

カタログ

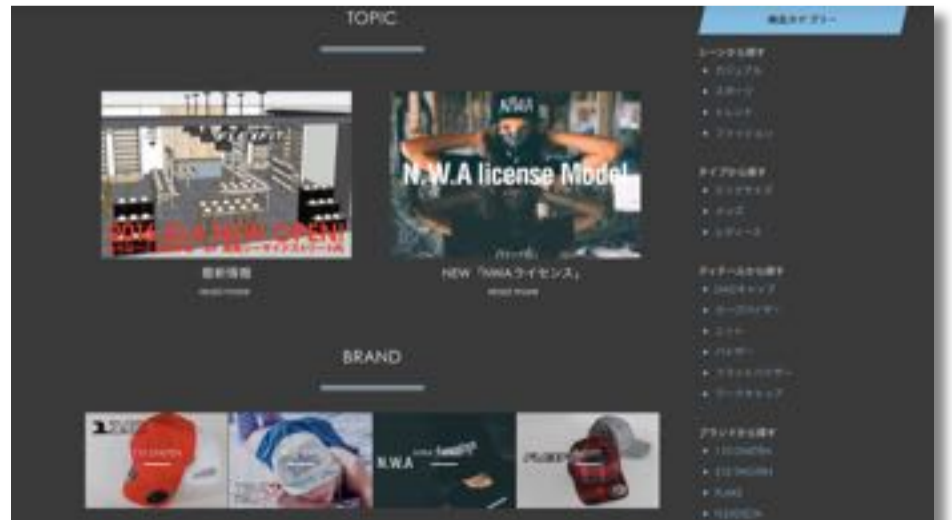
特典④クリエイターズコラボレーション

制作会社、代理店を通さない為「低価格」「高品質」
でWebサイト、販促、PRツールの制作が可能
動画



カンパニーサイト

ECサイト



「バリュー」への強いこだわり

料金のご案内

社員1人雇う金額で「収益拡大」「経費削減」両軸から支援します。

$$\text{バリューのある仕事の定義} = \frac{\text{アウトプット}}{\text{インプット}} = \frac{\text{成果}}{\text{投下した労力・時間・資金}}$$

| Quarter Plan (3ヶ月) | Harf Plan (6ヶ月) | 1year Plan (12ヶ月) |
|-----------------------|---------------------|----------------------|
| ¥250.000 (月額・税別) | ¥225.000 (月額・税別) | ¥220.000 (月額・税別) |

基本月2回打ち合わせ、貴社訪問・メール・電話相談月～金まで対応

戦略立案から、行動指針、定着支援までワンストッププロデュース

課題・ニーズに応じたカスタマイズオリジナルメニューを提案

市場、競合、顧客分析調査、Webアナリティクス分析調査、各種最新情報提供

ディスカッションパートナー、多様な可能性を提案し、経営者のビジョン実現をサポートします。

その他、ヒアリング、アンケートを基に、随時提案

■多様な「経験」と「実績」が最大の武器

■国内アパレル企業/ブランディング・マーケティング支援

新規事業戦略の立案・QR型MD戦略への転換、業務フローの改善
ECサイトとリアル店舗を結ぶO2O施策の提案・実施
<コンサルティングファームとの共同プロジェクト>

■「知る」「学ぶ」「創る」成長支援型シェアードメディア

「Leverage-Share」を2016年5月12日リリース開始

■小児医療服・BAGブランドの新規立ち上げ支援

セルフブランディングの立案と実践支援
クラウドファンディング企画策定、応募→目標額クリア

■デジタル家電小売企業/事業再構築支援

「現状把握」「課題の見極め」「解決策」の提案
戦略プロセスの改善、業務ロードマップ策定と定着支援

■新規事業開発「戦略立案を手助けする」資料作成サービス

・「課題・アイデア」をカタチに・「戦略」をクリエイティブに
・「意思決定」にスピードを

■国内新規雑貨ブランドの立ち上げ支援

新規事業計画、ビジネスモデルの策定、ブランディングプロデュース
WEBプロデュース・ディレクション、ECサイト及び各種コンテンツの制作
小規模事業者持続化補助金/事業計画策定/採択決定！

■カタログギフトに関する市場リサーチ/ヒアリング

大手セレクトショップ・インテリアショップ・百貨店など
各種サプライヤーのギフトニーズ動向調査

■海外老舗ライセンスブランドの事業再構築/リブランディング支援

戦略的マーケティング・WEBマーケティング
カンパニーサイトの制作、
<コンサルティングファームとの共同プロジェクト>

■100億規模ヤングレディーズブランド/リブランディング支援

マーケットの分析及びブランド再構築に基づくリ
ブランディング戦略コンセプトの立案
MDロジック最適化・部門間連携推進

■大手百貨店、自主運営売り場のコンセプトプロデュース

ライフスタイル型ショップヘターゲット/コンセプト転換
郊外小型店ショップのモデル店舗構築、現在も多店舗展開中

■老舗セレクトショップ/事業再生支援 MD・PR政策

不採算店舗の撤退と新規チャネルへの出店（スクラップ&ビルド）
MD再構築支援、業務フロー、経費削減、店舗開発支援

「結果が出ない原因は、
時流に合った正しいやり方を実行していないだけ!!」

次世代型ハイブリッドコンサルティング

STEP1

土台構築フェーズ

基本(原理原則)



「基本」なくして「応用なし」
ビジネスという戦場における
「勝ち方の「原理原則」の構築

3×3の「仕組み化」と
21の重要論点

- 1 戦略
(課題解決の手順)
- 2 マーケティング
(売れる仕組み)
- 3 人・組織
(価値観ギャップの解消)

1.「問題解決」3ステップ

- ①WHERE 問題がどこにあるにか
- ②WHY その問題の原因は何か
- ③HOW ではどうすればいいのか

2.「売れる仕組み」3つのステップ

- ①知る 顧客、自社、競合を知る
- ②創る 「価値」を創る
- ③届ける 創った価値を届ける

3.「価値観ギャップ解消」3つのステップ

- ①体制を作る 変革チームを作る
- ②指標を決める 明確な共通認識を
- ③PDCAで成長 学習習慣を根づかせる

STEP2

差別化設計フェーズ

「アイデア」を「カタチ」に!!



「強み」「コンセプト」を尖らせる
「強み」と「強み」を組み合わせる
次世代型のアイデア発想アプローチ

「価値」の見える化
(価格以外の差別化要因)

- 1 集客プロセスの「仕組み化」
- 2 小が大に勝つ
ランチェスター戦略
- 3 有効なネットワーク開発支援

1.集客プロセスの「仕組み化」

- ・Webを活用した次世代型の集客支援
- ・ブランド価値、認知度の向上
- ・経費を3分の1に減らす販促手法

2.小が大に勝つランチェスター戦略

- ・心に訴え、消費を促す「共感」消費戦略
- ・価格を下げないプレミアム商品政策
- ・独自の「強み」を明確化して育てる

3.有効なネットワーク開発支援

- ・外部ネットワークによる相互補完(共創)
- ・異業種連携によるシナジー効果の実現
- ・業務効率化による「時間」と「質」の確保

メニュー詳細

課題に合わせた
カスタマイズメニュー

ヒアリングを通して
「最適」なメニューを
組み合わせご提案致します。

1.集客の「仕組み」パッケージ

2.「売れる仕組み」パッケージ

3.課題解決パッケージ

4戦略立案・設計パッケージ

- ・戦略的マーケティング
- ・マーチャングイジング(MD)
- ・インスタマーチャングイジング(ISM)
- ・ネットワーク戦略(アライアンス)
- ・WEBマーケティング
(コンテンツマーケティング)
- ・組織学習環境構築(人材育成)
- ・各種情報収集(リサーチ)
- ・各種研修・講演・セミナー

『3ヶ月PLAN (参考事例)』

| フェーズ | アクション | 期間 | |
|--------|-------------------------|------------|---|
| 診断フェーズ | 初回ヒアリングと コンサルティングの流れ | (初回) | <p>その前に</p> <p>なぜ課題は発生するのか?というメカニズムを共有します。</p> <p>1 過去の実績や固定概念を思い切って、一度捨て「ゼロベース」の議論から新たな可能性を見出す準備を行います 最短距離で結果を出すコンサルティングアプローチの説明と根拠の共有</p> |
| | 現場ヒアリング | 2週目 3週目 | <p>絞り込み</p> <p>本質的な課題の特定</p> <p>2 断片的な、ぶつ切りの知識では偏った判断をしまいがちです。「全体」と「部分」を押さえる事で、課題に対し本質的な気づきを促すヒアリングを行います。課題エリアを事前に設定しモレなくダブリがないように課題を特定</p> |
| 計画フェーズ | 方向性のすり合わせ | 4週目 | <p>目標設定</p> <p>あるべき姿を明確に設定</p> <p>3 目標とゴールを明確に描き、その間にある様々な「ギャップ」要因の整合性と一貫性を深堀します。目標設定専用ツールの活用(定量・定性)により、最終的には行動に直結する行動指針まで落とし込みます。</p> |
| | コンサルティング 提案書 | 7週目 | <p>仕組み化</p> <p>アプローチ方法・仕組み化の構築</p> <p>4 課題の状態に対して、最小の労力(資金)で最大の効果(成果)を実現する対策をご提案します。「課題解決+価値の最大化」を同時に達成させるのが他社には出来ない弊社レバレッジラボの強みです。再現性のある「仕組み化」で御社にとって最適な成功の「型」をデザインします。</p> |
| 実行フェーズ | 社内プレゼン 第一回開催(経営陣) | 10週目 | <p>実施計画</p> <p>いつまでに「誰が?何を?どのように?」</p> <p>5 ①課題、②目標、③仕組みの後は、④組織の活性化に取り組みます。個々人の強みを引き出す事が出来れば、「1+1=4」にする可能性を秘めています。「何の為の変革か?何の為の改善か?」経営陣と現場には大きなギャップが存在します。メッセージを明確な言葉に変換し、「人も会社も共に成長出来る」環境の土台を構築します。</p> |
| | 社内プレゼン 第二回開催(現場担当) | 11週目 | <p>捨てる</p> <p>(業務改善、価値ある仕事に絞り込む)</p> <p>6 価値ある仕事とは何なのか?既存の仕事を見直し、ゴールに直結する新たなスタイルに変換します。目標とゴールの間にあるプロセスを最適な「手順」、効果的な「仕組み」価値を生む「仕掛け」に分解し、見える化した上で取捨選択を行います。</p> |
| 成長フェーズ | 定着支援 | 12週間 | <p>定着</p> <p>PDCAをぐるぐる回し動きながら修正を繰り返す</p> <p><経験×学習>→スキルスパイラルの基盤を構築する。 1.改善サイクルを継続的に回す 2.変化に対して柔軟に修正を加えていく 3.ノウハウを蓄積、共有する 環境変化に強く、柔軟且つ継続的な成長が出来る体制まで継続的な支援を行います。</p> |