


Company Profile

すべては“売る”ために、
営業力・マーケティング力を鍛える。

営業・マーケティングのチェンジエージェント
ビズ・エキスパート株式会社



すべては“売る”ために、 営業力・マーケティング力を鍛える。

「営業」とは、企業に資金をもたらす源泉であり、欠くことのできない会社の役割です。

企業にとって「営業」を強化することは、会社を維持・拡大するための永遠のテーマです。

さらに「マーケティング」とは、企業がお客様の視点に立って、お客様が商品・サービスを手に入れ易い環境を作ることであり、「営業」を効率化・最大化するために重要な役割を果たします。

ビズ・エキスパート株式会社は、“Change Agent”（=変革推進者）として、さらなる売上アップを目指す企業に対して、「営業力」と「マーケティング力」の強化をワンストップで支援します。

私のキャリアの原点は、自動車業界での「営業」と「マーケティング」にあります。

大学卒業後、日産自動車株式会社に入社した私は、その翌年、販売会社の店舗に赴任し、販売の現場で「営業」の職に就きました。

そこでは、精神論と恫喝が飛び交う日々には辟易としつつも、地道な活動を継続し、2年目には、20名ほどの店舗で年間トップセールスとすることができました。

その一方で、属人的で効率の悪い現場のマネジメントを変革できれば、「もっと売れる」を実現できると確信しました。

そして帰任後は、国内マーケティング部門に配属となり、そこで初めて「マーケティング」に出会い、新型車の発売企画という重責を担いつつ、「もっと売れる」ための客観的・科学的なアプローチ手法を学びました。

その後、再び埼玉の販売会社本社に販促責任者として赴任した際には、「営業」の現場経験と「マーケティング」の実務経験を最大限活用し、「もっと売れる」ためのいくつかの革新的な取組みを、導入・展開することができました。

自動車業界での貴重な経験・実績を通じて得たものは、「マーケティング」を理解した上で「営業」に取組む、あるいは「営業」を理解した上で「マーケティング」に取組む、この両輪が上手く噛み合っこそ、「さらに売れる」が実現できるという確信です。

「もっと売れる」を実現するために、皆さまの目標・課題をお聞かせください。そして「さらに売れる」ために、共に汗を流して取り組める日が来ることを、心より願っています。



代表取締役
中小企業診断士

大野 晴司

大野晴司の5つの強み

マーケティング

自動車メーカーのマーケティング部門で新型車の発売企画の重責を担う

セリング

自動車ディーラーの営業マンとして店舗トップセールスを獲得する

ロジカルシンキング

客観的・科学的アプローチを学び分り易さ優先の表現方法を体得する

ソリューション

中小企業診断士としての幅広い知識とコンサルタント7年の実績を誇る

ファシリテーション

プロジェクトリーダー・研修講師の経験から伝える・まとめる力を磨く

1986年

東京都立大学 経済学部 卒業 (現首都大学東京)
日産自動車株式会社 入社

- 国内マーケティング部門にて、新型「ローレル」「シーマ」フルモデルチェンジの発売企画を担当する。
- 販売会社系列の販促担当者として、キャンペーン企画・顧客管理・営業部員教育などに携わる。
- 都内2社の販売会社にて、4年間営業マンとして活動し、店舗の年間トップセールスを獲得する。
- 埼玉の販売会社本社にて、販促担当責任者として、車種・店舗のプロモーション活動に携わる。

2002年

株式会社イード 入社 (市場調査)

- シニアコンサルタントとして、市場調査・発表会を手掛ける。
- 営業グループ長として、新規大口顧客としてトヨタ自動車を開拓し、初年度1億円を売上げる。

2003年

中小企業診断士 合格・登録 (第401126号)

- 経済産業省認定の経営コンサルタントの国家資格を取得する。

2004年

株式会社オーテックジャパン 入社 (日産系メーカー)

- 経営企画部長として、主に社内コンサルタントの役割を担う。
- 日産V-UP (課題解決プログラム)の関連会社代表として、V-パイロット (公認ファシリテーター)となる。

2008年

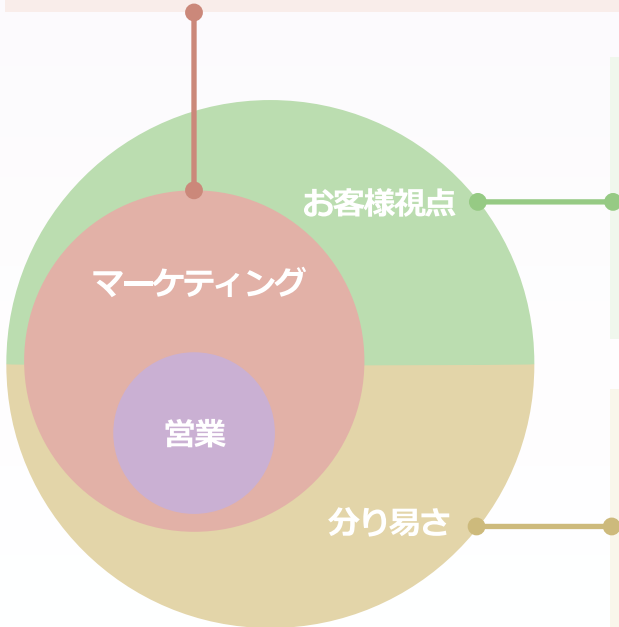
ビズ・エキスパート株式会社 設立

- 神奈川・東京の中小・中堅企業の「営業力支援」のほか、「経営企画業務」「新規事業支援」を主な事業として活動する。
- 企業向けセミナー講師のほか、ビジネススクール講師、ワークショップのファシリテーターなどを務める。

- 神奈川県商工会連合会エキスパート
- 茅ヶ崎商工会議所中小企業経営診断相談員
- 東京都中小企業団体中央会専門家派遣事業専門家
- 経済産業省補助金事業評価員
- 民間研修機関契約講師 など

Biz・エキスパートのこだわり

「営業」と言えば「セールスパーソン」、「マーケティング」と言えば「プロモーション」と捉えがちですが、正しくは「マーケティング」の領域に、「セールスパーソン」も「プロモーション」も含まれます。Biz・エキスパートでは、「セールスパーソン」のスキルアップに留まることなく、「マーケティング」に関わる全ての領域に深く踏み込んで、「もっと売る」の実現のために全力を投じています。



「マーケティング」の概念に「マーケットイン」があります。「マーケットイン」とは、「プロダクトアウト」（生産者視点）の対極にあり、顧客のニーズを商品・サービスに取り入れるという「お客様視点」の考え方を表しています。Biz・エキスパートでは、業界の常識や過去の成功に囚われることなく、常に徹底した「お客様視点」を貫くことで、お客様のニーズに裏付けられた、確実なアウトプットを実現しています。

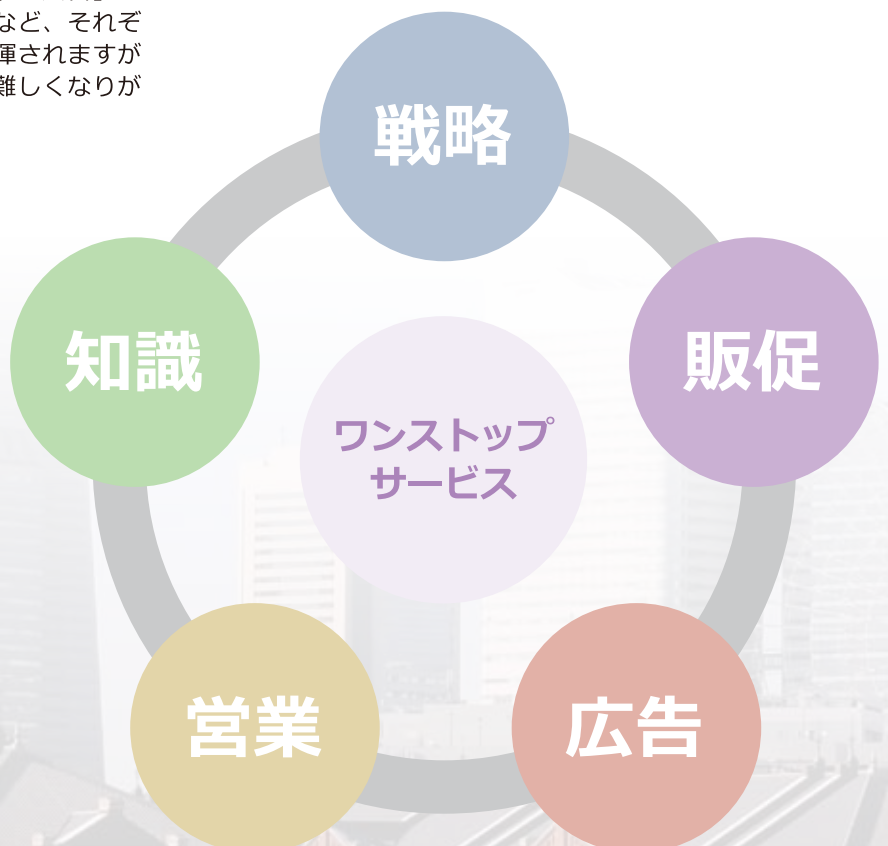
「ロジカルシンキング」とは、論理的思考法とも言われます。この思考法を理解すると、文章を短くしたり、雑然とした情報を整理したり、順序立てたり、図式化したりするスキルが養われ、伝えるべき情報をより分かり易く伝えることができます。Biz・エキスパートでは、プレゼン資料・マニュアル・パンフレットのほか、セミナーの説明資料に至るまで、徹底的に「分かり易さ」を追求しています。

ご提供するサービス

「戦略」はコンサルティング会社、「販促」「広告」は広告代理店、「営業」「知識」は研修機関など、それぞれの専門業者に依頼した場合、専門性は発揮されますが、全体を俯瞰してマネジメントすることが難しくなります。

Biz・エキスパートでは、「もっと売る」を実現するために、「マーケティング」に関わるすべての領域のソリューションを、ワンストップでご提供しています。

これにより、それぞれの領域の関係性を維持しながら、戦略性の高いマーケティング活動を展開することが可能となるため、実行効果が飛躍的に向上します。



戦略

「戦略」では、マーケティングを展開する上で最も重要な、マーケティング戦略に関する分析・調査・立案などのサービスを提供します。マーケティング戦略は、経営戦略で策定される売上計画や販売計画を実行するための手段と位置付けられます。戦略の策定プロセスは、次の通りです。

- ①現状分析（自社の強み・弱みなどを明らかにする）
- ②目標設定（数値目標・コンセプトなどを決定する）
- ③ターゲット設定（対象とする顧客層を決定する）
- ④マーケティングミックス計画（アピールポイント・価格・販売方法・宣伝方法などを決定する）

マーケティング戦略をあらかじめ策定することで、ビジネスの成功確率が飛躍的に向上します。



提供するサービス

- マーケティング戦略の立案・導入
- 新規事業・ビジネスモデルの提案
- アンケート調査の企画・実施
- 覆面調査（自社・他社）の企画・実施

販促

「販促」では、手渡し・郵送によりお客様に届ける印刷物の作成、お客様の購入・リピートを促す仕組み作りのほか、企業イメージの向上、ブランディングに繋がる業務などをお引受けします。

ビズ・エキスパートでは、マーケティングのプロとして、見栄えの良し悪しよりも、戦略・目的に合っていること、分かり易いこと、使い易いこと、質が高いことを前提に、効果を実感できるサービスをご提供しています。

提供するサービス

- カタログ・パンフレットの作成・印刷
- 会社案内の作成・印刷
- ダイレクトメールの作成・発送
- 会報・ミニコミ誌の作成・配布
- キャンペーンの企画・運用
- 会員サービスなどの企画・運用
- 企業マーク・ロゴのデザイン
- 名刺・封筒のデザイン・印刷
- ネーミング・コピーの考案



広告



「広告」では、不特定多数のお客様に情報提供するための広告物の作成、インターネットメディアの活用、媒体の手配・管理、広報活動の支援などをお引受けします。

広告メディアとしてインターネットが定番となった今、マーケティング戦略の中で、インターネットをどう位置づけ、いかに活用するかが、成功のカギとなっています。

提供するサービス

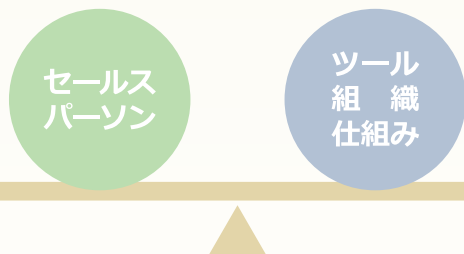
- チラシ・フライヤーの作成・印刷・配布
- 新聞広告・雑誌広告の作成・掲載
- ホームページの制作・運用
- スマホ・モバイルサイトの制作・構築
- SEO対策・リスティング広告の運用
- 広報資料の作成・配布

新聞、雑誌、折込、ポスティングなどの従来のメディアと、インターネットとの特性の違いを理解した上で、ターゲットに合ったメディアを選択し、広告展開することが重要です。

「営業」では、セールスパersonのスキルアップ支援のほか、セールスパersonの活動を効率化するためのツール作成、活動を活性化するための組織作り、さらには、その効果を最大化するための仕組み作りに至るまで、総合的に支援します。

「もっと売る」ためには、セールスパersonのスキルアップと同時に、ツール・組織・仕組みのレベルアップが欠かせません。

ビズ・エキスパートは、営業・マーケティングのプロとして、その両面をバックアップできることが最大の強みです。



提供するサービス

【セールスパerson】

- 営業力養成セミナー
- プレゼン資料作成力養成セミナー

【ツール】

- マニュアルの作成
- プレゼン資料の作成
- アプローチブックの作成

【組織】

- 営業組織の設計・導入
- 人事評価制度の設計・導入
- コンテスト・インセンティブの提案

【仕組み】

- 営業活動のルール・可視化の設計・導入
- 営業日報などの管理ツールの作成
- 顧客データベース活用の提案
- リピート需要・口コミ需要獲得の提案

「知識」では、マーケティングのプロを社内に養成することを目的に、研修・セミナー・勉強会などを開講します。

マーケティングに関する知識のほか、企画仕事や書類作成の際に、分かり易い流れと表現方法が身に着く「ロジカルシンキング」（論理的思考法）に関するプログラムも用意しています。

研修講師としての実績があるビズ・エキスパートならではのサービスです。



研修プログラム例

- マーケティング力養成セミナー
- ロジカルシンキング力養成セミナー
- 書類作成力養成講座
- 課題解決力養成セミナー
- 戦略立案力養成セミナー
- パワーポイント表現力養成講座

ビズ・エキスパートでは、受講者が「直ぐに理解できること」および「直ぐに実行できること」を最優先に、すべてのプログラムを独自に作成しています。

【研修プログラムの特長】

- 「分かり易さ優先」のパワーポイント資料で解説するので、理解が速い。
- 受講者に配布する「書込み式ドリル」で、受講後の実践に直ぐに役立つ。
- 知識の習得に効果的な「グループ討議・個人演習」で、身に付きやすい。
- 営業・マーケティングのプロが講師なので、「実践的なアドバイス」ができる。
- リラックスできる「トリックアート・ミニゲーム」で、飽きさせない。
- 常に「受講者とのコミュニケーション」を図るので、緊張感を維持できる。

会員制サービス

Biz・エキスパートでは、営業・マーケティングを含むさまざまな経営課題を解決するために、より深く、より着実に取り組むことを目的とした、2つの会員制有料サービスを展開しています。

このサービスは、月会費制の会員契約（契約期間6ヶ月より）を結んだ企業様限定のサービスです。

詳しくはお問合せください。



パートナーサービス

パートナーサービスは、通常ご提供する Biz・エキスパートのサービスを特別料金で利用できるほか、経営相談もプラスされたメリットの大きいサービスです。

- 毎月1回、中小企業診断士が訪問し、営業・マーケティングを含むあらゆる経営相談を承ります。
- Biz・エキスパートの全てのサービス（外注費除く）を特別割引料金にてご提供します。

パフォーマーサービス

パフォーマーサービスは、営業・マーケティングを含む、さまざまな経営課題を解決するための高度な企画業務や経営者様の特命業務を代行するサービスで、企業様の経営企画部の役割を果します。

- あらかじめ月稼働時間（最短5時間・最長20時間）を設定し、中小企業診断士が、企業様の経営課題の解決に取組みます。
- 月稼働時間内であれば、通常ご提供するサービスも月会費内（外注費除く）で対応します。

会社概要

会社名	Biz・エキスパート株式会社	
代表者	代表取締役 大野 晴司	
設立年月	2008年4月	
資本金	5,000,000円	
所在地	湘南オフィス	〒253-0021 神奈川県茅ヶ崎市浜竹3-4-3 エクセルシオール湘南辻堂601号室
	東京デスク	〒103-0028 東京都中央区八重洲1-8-17 新槇町ビル6F
事業内容	営業・マーケティングに関する企画・制作・セミナー受託 およびコンサルティング	
連絡先	電話	0467-55-8711
	FAX	0467-55-8722
	メール	info@b-ex.biz
ホームページ	http://b-ex.biz	



ビズ・エキスパート株式会社

☎ 0467-55-8711

✉ info@b-ex.biz

〒253-0021神奈川県茅ヶ崎市浜竹3-4-3エクセルシオール湘南辻堂601号室
WEB <http://b-ex.biz>