

優良顧客を確保し、需要の固定化を行うこと

クロダイインターナショナルコンサルティング

黒田 毅

消費者は移り気である。そのため情報を収集し、製品の選別を行う顧客は、製品の広告を拡大させてくれるのである。それらはより製品の需要の拡大を期待できるのである。

これらはイメージ戦略において、需要を行う消費者とは相違するのである。これら優れた企業アクションは正しい企業構築へと移行できるのである。

また良い人と悪い人がいる。顧客においての等しいのである。これは企業倫理性とともに、優良顧客の確保を得ることが、固定需要を行うことなのである。

これらは優れた企業イメージと製品イメージを確立させ、結果的に企業への大きな利益を与えるのである。

これらは絶対的な企業の健全性の構築であり、企業の開かれた環境や、優れた企業風土、先端性への理解と独自性と創造性などは、日本企業がグローバル市場において対等に参加できるのである。

CSR や社会活動とともに、社会市民としての参加などは、グローバル化への参加が、対等に提案できると考える。

これら堅実性と誠実さは必ず企業の偉大な美徳なのである。これらは企業環境の絶対的な健全性と正しい企業風土における労働環境を与えるのである。

これらは企業倫理性と良い顧客の確保という企業戦略は想像以上に優れるのである。

これらが時代性を得、世界に優れあることは必ず可能なのである。

これらはマーケティングと固定顧客の確保への、新しい企業内における理解と戦略を与えることができるのである。

優れた企業は必ず成功する。これは永遠の法則である。

