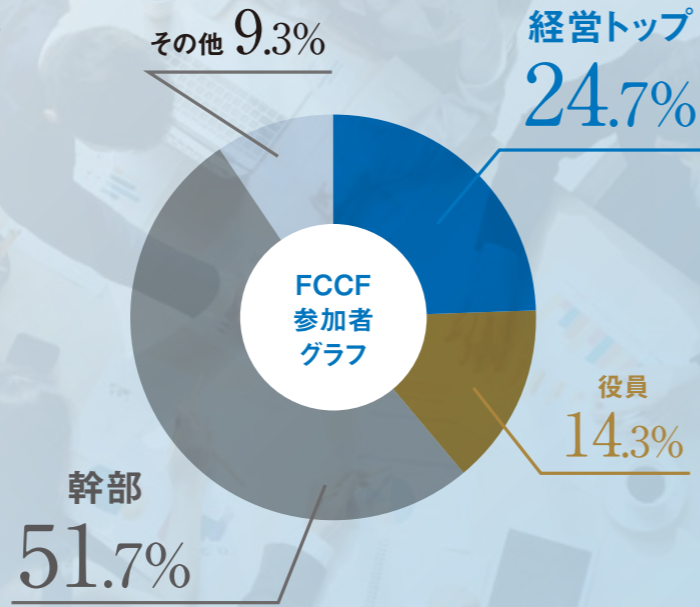


時間と場所に捉われず
経営幹部メンバーとともに視聴し、
自社の未来を考えるきっかけに。

会社の目指すべきビジョンを幹部と共有するために、
経営者と幹部で視聴される企業が増えています。
トップのみが自社について考えるのではなく、戦略を実行推進して
いくメンバーとともに参加することで、彼・彼女たちの経営に対する
目線を上げ、一丸となって5年先、10年先の未来をつくり上げること
が可能に。
しかもWEB受講なので、忙しい幹部たちと揃って
決まった時間を作らなくても講義が視聴できます。



VOICE | 参加者の声

事実を再認識するとともに、自社や自分に
足りないことに気づき、改めて取り組
んでいくことが大切だと感じました。受
講方法がWEBになったことで時間の制
約がなく、受講タイミングを自らコント
ロールできるので非常に良かったです。
繰り返し聞くことも可能なので、聞き漏
らしもリカバリーできました。

医薬品販売 / 代表取締役社長

全国各地の経営者の「生の声」が視聴出
来ることが素晴らしいと思った。また視
聴する際に、知らないワードを調べた
り、ちょっとメモを取りたい時に、一時停
止できる等の便利さも感じた。他のセミ
ナーもこの方法を検討して欲しい。そも
そも一堂に会してセミナーを受けること
の意味・意義について考えるいい機会に
なった。

建設業 / 経営幹部

WEB受講ということで長い時間講習に
触れられるチャンスをいただき、アカデ
ミーの再活用を考えていく起点となり
ました。人は外部刺激がないと続かない
弱い面を持っておりませんが、コロナ
のおかげで逆にチャンスに恵まれました。
社内アカデミー構築を進めたいと思
います。

電気設備工事 / 後継経営者

参加概要

- 受講方法** | PC・タブレット・スマートフォンによるオンデマンド形式での受講となります。
事前にご参加者のメールアドレス宛にURLをお送りさせていただきます。
- 受講対象** | 経営者・後継者・取締役・執行役員・事業部長など
- 申込期限** | 視聴開始日10日前までに**ホームページより**お申込みください。
※事情により、お申込みをお受けできない場合がございます。予めご了承ください。
- 受講料** | **33,000円**(税込) ※ファーストコールカンパニーテキスト付
- キャンセル** | URL発行後のキャンセルはお受け出来ません。

申込方法

ホームページからお申込みください。
詳細もこちらからご覧いただけます。

FCCフォーラム

検索

携帯電話、
スマートフォンからも
お申込みできます。



注意事項

- ※ファーストコールカンパニーフォーラム2022はオンデマンド配信でのみ実施いたします。
- ※アカウントごとに参加者の設定をいたします。アカウントの譲渡や複数名での利用は固く禁じます。
- ※入金後別途オリジナルテキストを連絡窓口ご担当者様宛に参加者人数分を視聴開始日までに郵送にてお送りいたします。

視聴期間

6/1(水) ~ 8/31(水)

FCC
First Call Company

100年先も一番に選ばれる会社へ、決断を

- PRESIDENT
- OFFICER
- MANAGER
- LEADER
- EMPLOYEE

FCC 2022
FORUM
ファーストコールカンパニーフォーラム

WEB
セミナー
オンデマンド
受講

視聴期間

2022年6月1日~8月31日

2022年度テーマ

体験価値を
デザインする

Point
1

現場を熟知したコンサルタントと
成長企業のトップによる講義

Point
2

数多くの先進企業・
異業種企業の成功事例紹介

Point
3

いつでも・どこでも視聴可能な
オンデマンドにて配信

100年先も一番に選ばれる会社をともに。

100年先も顧客から真っ先に声をかけられる会社。

私たちはそうした会社を「ファーストコールカンパニー (FCC)」と呼びます。

そのような企業を研究し、その成果の集大成として、

年に一度開催する「ファーストコールカンパニーフォーラム」を

2022年もWEBオンデマンドにて配信します。

100年先も一番に選ばれる会社の条件と、

そのビジネスモデルを研究し、成長する会社、

地域のリーダー、元気な日本をともに創っていきましょう。



先進企業・異業種企業の事例を掲載した オリジナルテキストを進呈

タナベ経営のコンサルタントが現場で実践してきた成果のメソッドを基に、
共同執筆した研究論文のオリジナルテキストをお送りします。

ファーストコールカンパニーフォーラム 2022 テキスト内容

- I 体験価値をデザインする
 - 1. 体験価値を提供するための3つのデザイン
 - 2. ビジョン・パーパスの実現
- II CX(顧客体験価値)のデザイン
 - 1. 製品・サービスのCXによる付加価値創出・向上
 - 2. マーケティングシステムのCXによるLTV(顧客生涯価値)最大化
- III EX(社員体験価値)によるエンゲージメントの向上
- IV SX(社会的体験価値)による社会的価値の向上
- V 事例から見る体験価値

※内容は変更になる場合があります。



※記載のデザインは
2021年度のものに
なります



体験価値を デザインする

不確実で先が見えない現代では、「体験」そのものが価値を持ちます。

体験とは、イメージを具体化し感情を動かし、行動を促すこと。

すなわち全てのものは相手の本質的欲求を満たすことで「体験」へと変容します。

リアルとデジタルが融合し、境目がなくなるにつれて、商品・サービス、マーケティング、ヒューマンリソース、

そしてビジネスモデルすらも「体験」が求められ、その体験が「新たな価値」として自社の競争優位を形成します。

だからこそ、顧客、従業員、取引先、株主、社会全体に対し、**自社の唯一無二の価値を届ける手段として「体験」**が必要なのです。

物理的価値や金銭的価値ではなく、多様な選択肢の中から顧客に選ばれるために、

本質的欲求をもとにした**「体験価値」をデザイン**することが、ファーストコールカンパニーとしての成長を実現します。

あらゆる**「体験」をコアコンピタンスへと昇華**し、新たな価値を生み出している企業事例を紐解きながら、

未知なる世界の「体験」をしませんか？

$$\text{体験価値} = \text{Design} \times (\text{CX} + \text{EX} + \text{SX}) \times \text{DX}$$

	体験を付加する対象	目的	レベル1 「質」の向上	レベル2 仕組み化	レベル3 共感
CX Customer Experience	製品・サービス	付加価値向上	製品・サービスのUX向上による顧客満足	魅力ある製品・サービスを生み出す企業ケイバビリティの向上	コアコンピタンス×顧客課題の解決による唯一無二の製品・サービス
	マーケティングシステム	LTV最大化	カスタマーサクセスによる既存顧客のリピート増大	ファンがファンをつくる仕組みづくり	顧客コミュニケーションの個別最適化と共創プラットフォーム
EX Employee Experience	社員	エンゲージメント向上	仕事への熱量を高めるマインドセット	タレントマネジメントによる社員との信頼関係の構築	社員一人ひとりが顧客に向き合い、活躍できるカルチャーの形成
SX Social Experience	企業/社会	社会的価値向上	CI (コーポレート・アイデンティティ) の確立	ソーシャルネットワーク (社会とのつながり) の形成	ESG (環境・社会・ガバナンス) への取り組み

2022年度のゲスト情報は随時WEBページにて更新中!

今回のテーマ「体験価値をデザインする」に合わせ、他社にはない魅力・価値を提供されている企業や、推進するために必要なテクノロジーを持った企業をお招きし、まさに「新時代のリーダーシップ」についてご講話いただきます。

FCCフォーラム

携帯電話、スマートフォンからもご確認できます ▶▶▶



タナベ経営トップコンサルタント
約20人の講義も同時配信

経営現場を熟知するトップコンサルタントの講義も配信。
多岐にわたる業種業態・エリアでのコンサルティング臨床事例から、
自社に最適となる指針のヒントが得られます。