

BtoBマーケティング戦略の立て方

ALUHA式の「作戦・戦術・計画」に分けて戦略を立てる方法とデジタル活用術

この資料では、株式会社ALUHA式のBtoBマーケティング戦略の立て方のプロセスをご紹介します。戦略は、自社のリソースを有効活用する方策を策定することであるという定義のもと、BtoBマーケティング戦略をどう立案し、実行計画にどう落とし込むか？の概要を記載しています。またさらにデジタル活用にも焦点を当て、人とデジタルを活用した効率的・効果的な戦略立案について解説します。

主な目次・内容

1. 第一部「戦略とは」
 1. 戦略とは何か？
 2. 戦略を3つに分解「作戦・戦術・計画」
 1. 作戦とは？
 2. 戦術とは？
 3. 計画とは？
2. 第二部「BtoBマーケティング戦略の立て方」とデジタル活用術
 1. BtoBマーケティングとは？
 2. BtoBマーケティング戦略とは？
 3. BtoBマーケティング戦略の立案プロセス
 1. 作戦に分解する
 1. 「8つの作戦に分解」
 2. 各作戦の詳細・使命
 3. 分解後の戦略俯瞰図（戦略全容を図解化して見える化）
 2. 戦術を選定する
 1. 作戦ごとに最適な戦術を選ぶ
 2. 戦術の選択肢と選定の12のポイント
 3. 戦略立案の例
 4. デジタル活用のポイント
 5. デジタル活用の取り組み例
 3. 戦術の計画を立案する
 1. 計画への落とし込み5つの項目
 2. 年間計画表・ロジックツリーの作成

[申し込みする](#)