

ロジスティックシステムデザイン～ロジスティックシステムデザイン：

マーケティングと 3PL サービスの考案

職務遂行のための基準

(マーケティングと事業戦略の策定)

- マーケティング活動を個々の担当者に任せるのではなく、担当部署のマーケティング活動を組織化し、全体をコントロールしている。
- 市場の状況、機会、環境を分析し、自社や担当事業のコンピタンスやケイパビリティを考慮したうえで、ターゲットとする市場を慎重に選択している。
- マーケティング・リサーチを通じて収集した客観的な事実に基づいて、事業の基本構想と戦略を策定している。

(顧客ニーズの把握)

- 積極的に顧客の経営トップ層との交流を図り、友好的関係を築くとともに、顧客の経営戦略やロジスティクス戦略、IT戦略等の今後の方向性を探っている。また、それを社内関係者にわかりやすく説明している。
- 需要の創出、財務体質の強化、環境保護対策等、顧客がロジスティクスを推進する目的や目標を把握し、それを自社または自部署の事業戦略に結び付けている。
- 顧客から聞き取れるニーズのみならず、顧客が気付いていない潜在的なニーズの掘り起こしを行っている。
- ターゲットとする顧客の仕入れ・販売チャネルにも目を配り、顧客企業のみならず、サプライチェーンに関与する全ての企業の潜在需要の掘り起こしを行っている。

(3PLサービスの考案)

- 顧客ニーズの高度化・多様化といった変化を察し、顧客の収益向上や顧客満足に基づいた利益を実現できる3PLサービスを構築している。また、時流に応じて、サービスメニューの見直しを図っている。
- 契約上のトラブルを防ぐため、3PLサービスの標準的な契約書式を整備し、顧客やセカンドパーティと適正な契約関係を保っている。
- 運送事業者、倉庫事業者、情報システムサービス業の動向と事業者の動向をウォッチし、自社の3PLサービスに適合し、提案能力の優れたパートナー企業と提携し、協力的な関係を築いている。

(必要な知識)

1. マーケティングに関する知識 ・ 3PL市場・業界知識 (特性・構造・規制など) ・ ターゲットの市場・業界基礎知識 ・ 自社と競合他社のポジショニング ・ マーケティング戦略 (環境分析・市場細分化・標的市場・4Pなど) ・ マーケティング・リサーチ ・ サービス・価格戦略 ・ 販売促進計画

2. 自社の経営戦略、事業戦略等に関する知識 ・ 事業ドメイン ・ コア・コンピタンス など
3. コンセプト創造手法 ・ ブレインストーミング法 ・ K J法 ・ チェックリスト法 など
4. 自社サービス政策 ・ 新サービス企画開発 ・ サービスの見直し ・ 市場導入計画 ・ ブランド政策
5. 価格政策 ・ 価格管理 ・ 価格競争力 ・ 原価計算
6. ロジスティクスシステムの知識
7. 物流管理の専門知識
8. 物流技術の専門知識