

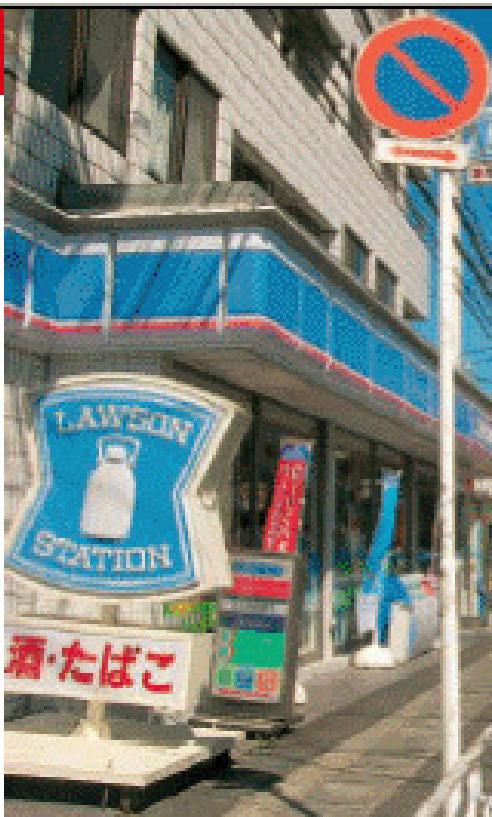
質 営業戻りを図る一方で、ネットによる販売拡大の流れは止まらない。新規開拓のため、既存顧客との距離感を縮める「カスタマーサービス」の充実が課題だ。一方で、競争激化による価格競争が進む中で、商品の品質や価値をアピールする「プロダクトマーケティング」が求められる。そこで、新規開拓と既存顧客との距離感を縮め、商品の品質や価値をアピールする「プロダクトマーケティング」が求められる。

株主対策ビジネス
6月総会前に大盛況

株主名義の多様化で賑わふるビジネス界は、
本誌：山田徹也

株主対策ビジネス 6月総会前に大盛況

M 新ビジネス



「新規開拓に注力する」との言葉が、多くの企業のマニフェストとなる。「新規開拓に注力する」とは、既存顧客との距離感を縮めることで、新規顧客を開拓するための手段だ。

「新規開拓に注力する」との言葉が、多くの企業のマニフェストとなる。「新規開拓に注力する」とは、既存顧客との距離感を縮めることで、新規顧客を開拓するための手段だ。



写真：河野太郎
新規開拓に注力する」との言葉が、多くの企業のマニフェストとなる。「新規開拓に注力する」とは、既存顧客との距離感を縮めることで、新規顧客を開拓するための手段だ。

新規開拓に注力する」との言葉が、多くの企業のマニフェストとなる。「新規開拓に注力する」とは、既存顧客との距離感を縮めることで、新規顧客を開拓するための手段だ。



写真：河野太郎

「デザイントレンド競争力」

アーヴィング・テリック・リドウー

電通



写真：河野太郎
新規開拓に注力する」との言葉が、多くの企業のマニフェストとなる。「新規開拓に注力する」とは、既存顧客との距離感を縮めることで、新規顧客を開拓するための手段だ。

新規開拓に注力する」との言葉が、多くの企業のマニフェストとなる。「新規開拓に注力する」とは、既存顧客との距離感を縮めることで、新規顧客を開拓するための手段だ。

07

化粧

「注意を払つてきただが…」

写真：河野太郎