

— AIが進化する時代を生き抜く
ビジネスを学ぶチカラを鍛える —

ビジネス書 読書会

ビジネス書の効率的な読書術を体感!!



このビジネス書読書会は、日本最大級の“読書会のネットワーク”
〈リードフォーアクション〉の認定リーディング・ファシリテーターが進行役となり、
毎回、**マネジメント・マーケティング・ファイナンス等のビジネス書を課題図書とする読書会**です。
特長は、**参加者とのダイアログ(対話)**を通じ、行動するきっかけを紡ぎだすところにあります。
様々な分野のビジネスの知の結晶を読み、著者と出会い、参加者と意見を交わし、刺激を受ける。
「**ひとりで読む読書から、気づきを共有し、自己の成長とビジネス成功のために行動する読書へ**」
さあ、あなたも**効率的なビジネス書の読書術**を体感できる
ビジネス書読書会 (オンライン)に参加してみませんか?

詳細は裏面を
ご覧ください

日時



2021年

- ① 1月27日(水) 19:00~20:30
- ② 2月24日(水) 19:00~20:30
- ③ 3月17日(水) 19:00~20:30

対象



経営者・経営幹部、起業家(起業予定者)、
ビジネスパーソン、**ビジネススキルアップ**を
目指したい方、**効率的な読書術**を体感したい方
*原則として全ての日程に参加する意思のある方

参加料



無料 *課題図書は各自ご準備いただきます

申込み



ホームページから又はFAXでお申込ください
*FAXの場合は裏面に申込事項を記載してください
*オンライン形式で運営する最適人数に達した場合は申込を終了いたします



〈オンライン読書会〉

Web会議システム「ZOOM」を使用したリアルタイム・双方向配信で実施する読書会です。インターネットに接続する環境があれば、オフィス、自宅どこからでも読書会に参加できます。

お申込みはこちら

お問い合わせ

(公財)庄内地域産業振興センター
(JR鶴岡駅前マリカ東館3階)

電話 0235-23-2200

<https://www.shonai-sansin.or.jp>



「ビジネス書 読書会」の進め方・参加にあたっての考え方

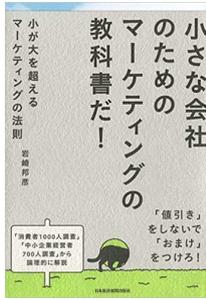
- ◎「リードフォーアクション*」の認定リーディング・ファシリテーターが読書会を進行いたします。
- ◎課題図書（毎回1冊）はビジネス書になりますが、参加状況によりファシリテーターが判断いたします。
- ◎課題図書は参加者ご自身が購入ください。（中古本、電子書籍でも結構です。）
- ◎課題図書は事前に読み込んだり、完読する必要はありません。読まずに参加いただいても結構です。但し、漠然と受け身で参加するのではなく、「この本からどんな知識を得たいと思うのか」「今の課題解決の参考にしたい」といった目的、ゴールを意識して参加するようにしてください。
- ◎この読書会は、読書に対する苦手意識の克服や速読法を学ぶものではありません。ビジネス書の要点を読み、得た知識を定着させるための効率的な読書術を体感し、アウトプットを促すプログラムになっています。
- ◎読書会では、参加者同士のダイアログ(対話)の時間を大切にしています。聞き役にまわって他者と対話することで別の気づきがあるかもしれません。
- ◎ネット検索によって「調べること」は容易になりました。読書会では、知識の消費者ではなく、「読者」として課題図書に向き合っていただけるよう進めてまいります。
- ◎オンライン形式への参加方法等は申込後に、電子メールでご案内いたします。

*「リードフォーアクション」は、トップマーケッターでダイレクトマーケティングの第一人者である 神田昌典 氏が主宰する日本最大級のソーシャルリーディングネットワーク（読書会コミュニティ）。認定リーディング・ファシリテーターが全国各地で特色ある読書会を開催しています。

過去の「ビジネス書 読書会」課題図書（2020.9月～12月開催）



『ファンベース』(2020.9.30)
 自社のサービスやブランドを愛してくれる「ファン」とずっと寄り添い、共に成長していく。これから企業が大切にしていこうべき考え方は「ファンベース」。SNSの浸透により「口コミ」のチカラが急速に増加し、価値観の近い「大切な家族・友人」の情報を一番信頼するようになった。もし家族・友人が自社のファンだったら、ファン(顧客)をベースに中長期的に企業が成長していく実践ポイントを解説。



『小が大を超えるマーケティングの法則』(2020.11.4)
 小さなお店のマーケティングで大切なことは、「ほんものカ×きずなカ×コミュニケーション」をバランスよく強化すること。ほんものカ=個性、こだわり、シンボリック。個性を出すためにターゲット・商品を絞る。きずなカ=売ってからが始まり。徹底的な顧客満足と継続的対接触。コミュニケーション=語りかけ・耳を傾ける。販売員でなくアドバイザー。成果の前提は「意識×行動×継続」。失敗は成功の反対ではない。

『現場のドラッカー』(2020.11.25)
 ドラッカー経営学の実践と共にV字回復を果たした企業の9つの要因を改革に携わったコソカカトの視点で分析。ドラッカーは企業の目的は「顧客の創造」といふ。「マーケティング」と「イノベーション」という2つの機能の必要性を説いているが、売上至上主義から顧客起点での経営に大きく舵を切ったことで、顧客価値の創造を命題に掲げ、顧客への貢献という組織の成果と社員(人)の成長に結びつけるマネジメント手法を実体験できる。



『マーケティング・ジャーニー』(2020.12.16)
 マーケティング力ある人材は多くの領域で1つ1つ入る立場から時代の変化に対応できる。「マーケティング・ジャーニー」とはマーケターの成長の道筋であり、マーケティングが人を育てる仕組みである。デジタル、メセジ、リーダシップと3つのステージの中で、土台となる収益性あるデジタルを作る道筋が重要だ。ヒトは、顧客の痛みを自分の痛みと感じる心を養い、顧客の声に誠実に向き合うことである。



『リアルビジネス3.0』(2020.10.14)
 生産年齢の減少、高齢化により消費に陰りが見える中、製造業はサービス化し、サービス業はより顧客に近づき事業を展開している。この深化系として「教育化」の新しい動きが起きている。「企業が顧客に教えることで何かを気づかせる」活動であるが、顧客生涯価値(LTV)を増やすための新しい事業のサービス化の流れである。



*今までビジネス書読書会ではこのようなビジネス書を課題図書に開催してきました。

「ビジネス書 読書会」参加申込 <FAX 0235-23-3615>

令和3年 月 日

氏名	フリガナ	年齢	性別
		歳	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
住所	〒 -		
連絡先	TEL - -	FAX - -	
	*E-mail	@	
お仕事	業種： (例 小売業、製造業など)	業務内容： (例 経営者、販売、事務など)	
通信欄 (参加動機等)			

*参加に係る主催者からの連絡は原則として電子メールで行います。メールアドレスについては、携帯アドレス(docomo、ezweb、i.softbank等)以外のPC用メールアドレス(gmail、yahoo等)をご記載ください。携帯アドレスの場合、連絡メールが届かないことが多く見受けられますので、よろしく願いいたします。