

## 対象者

- 現場をマネジメントしつつ、DXを推進する立場の方
- 外部環境の変化に合わせた新規企画の判断軸や進め方・マインドを醸成したいリーダーや管理職の方

## BEFORE

自社の競争力維持のために、どのようにDXを取り入れていけば良いのかビジョンが持てない

現場から起案されたDX企画への意思決定の判断基準に自信が持てない...



## AFTER

- DXによる急激な市場変化が起きる不確実な環境下において、状況に合わせて企画の推進の仕方や意思決定を行うために必要なマインドが醸成される！
- DXとデジタル化の違いやDXの目的、アジャイルの手法を理解することで、事業推進や組織の変革につながる大きなDXビジョンが定められるようになる！

### ～実際にご受講された方々の生の声～

DXを活用することで、自社の競争力をさらに強めていける事が分かり、これまではDXは脅威だと思っていたが、むしろ自社を更に強化する為に活用すべき武器だと分かり、捉え方が逆転した。

DX企画を実現し成功に導くには多くの反対勢力を味方に付けていく必要があるため、困難を伴うが、だからこそビジョンが必要なのだと実感した。

アジャイルを適用するには、もっと柔軟性が必要であり、長年染みついてきた思考を変えていかなければならないと感じた。

# マネジメント層向け DXマインドチェンジ研修 - 研修内容 -

|        |   |
|--------|---|
| 開催人数※  | 最低: 15名～最大: 50名   |
| 申込期限   | 研修実施初日 1ヶ月前   |
| 実施期間   | 2.5時間   |
| 講師     | 岡村 直人   |
| 事前課題   | あり  |
| 費用(税別) | 15~20名: 70,000円 / 名 21~30名: 65,000円 / 名 31~50名: 60,000円 / 名   |
| 受講環境   | <ul style="list-style-type: none"><li>・PCと安定したネット回線 ※タブレットでのご受講や、VPNを接続した状態での受講は推奨しておりません。</li><li>・Zoomの利用(左記ツール利用が難しい場合別途、ご相談ください。)</li><li>・Google Chrome / Google Slideへのアクセス <u>(必須)</u></li></ul> |
| お申し込み  | 営業担当までご連絡ください。  |
| 運営     | 講師、運営スタッフの一部( Teaching Assistant等)は業務委託契約を締結しています。  |

※開催人数におけるの『最低』の人数を最低催行人数とします。  
※原則は、60～90分に1回程度休憩をとります。

※2024年10月時点 内容が一部変更になる可能性もございます。

第一部のワークで考えた DXビジョンをもとにした第二部のワーク

現在

2年後

5年後

ビジョン

2030年までに  
売上に占めるオンライン販売比率50%  
直販比率25%

SAMPLE

状態目

- 人材の観点
  - 外注開発体制の半内製化を目指す
  - 責任者1名、PM1名、エンジニア

- 人材の観点
  - デジタルマーケティングの内製化
  - 社員10名が〇〇資格取得
  - 25名が〇〇研修受講完了
  - 予算〇億円確保
  - マーサクセス部隊の立ち上げ
- プロセスの観点
  - QAオペレーション体制の確率
- システムの観点
  - アル版直販サイトオープン

- 人材の観点
  - 外注開発体制の完全内製化
  - 正規雇用20名
  - 業務委託20名
- 業務プロセスの観点
  - 銀座に旗艦店オープン
  - 第三者在庫の取り扱い開始
  - OEM製品MD体制確立
- システムの観点
  - マルチチャネルでの在庫データ統合
  - 経営ダッシュボードでの売上予測精度80%

前半のワークを参考に  
まずは5年後のビジョン(ありたい姿)と  
KGI (≒ 経営数値目標) を記入

定量目標

- オンライン売上5億円
- 直販売上1億円

- オンライン売上10億円
- 直販売上3億円

- オンライン売上20億円 (比率50%達成)
- 直販売上10億円 (比率25%達成)