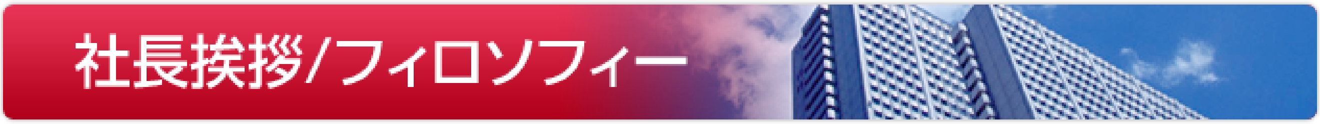

社長挨拶／フィロソフィー

社長挨拶

デジタル施策は、売上貢献してなくては、何の意味もありません。

デジタル施策が、マーケティング活動の中心であるかのように思われるにつれ、
たとえば、流入数やページビュー数、CV数などといった部分的な評価指標が注目されているようですが、
マーケティング活動全体での指標である「流通組織力」や「顧客開拓力」、「売上高に対する貢献」といった、
本質的に重要な指標は、見逃されているのではないでしょうか?

「市場開拓」というマーケティングの役割から言うと、デジタル施策は手段にしかすぎません。
また、事業拡大には、デジタル施策のみでは、問題解決しません。

私たちが目指しているのは、デジタル施策の成功ではなく、事業拡大。

デジタル施策だけがうまくいけばいい、ではなく、デジタルを活用した、
リアルをも含めたマーケティング活動全体の最適化を通じて、事業拡大を目指します。

デジタル施策は、「コーポレートサイト」から、「商品サイト」、「販売店支援サイト」（BtoBtoCの場合）、「潜在顧客獲得サイト」、「顧客囲い込みの仕組み」へと広がり、リアル施策と連動させたマーケティング活動全体との最適化が求められ、ネクストが実際、
メルマガ・MAと集客サイトや商品サイトを企画運営し、
さらにリアルな流通や消費者施策をも提案しているのは、お客さま企業の事業拡大の目的のためです。

経営者やトップが要求している「事業はうまくいっているか」の指標を提示することが重要。

デジタル施策をご提案や採用いただいた場合には、必ず、デジタルとリアル施策の2つを複合的に組み合わせた
事業拡大への提言を行っているのが、他社とは違う、ネクストの強みと言えそうです。

ネクストは、大手住宅設備企業さまと世界的企業IBMをクライアントして創業。
一切、代理店を介さず、大手BtoBやBtoBtoC業界企業さまに直接、ご提言とご提案を行った知見があります。

住設・建材／設備機器業界に特化した「コンテンツマーケティング」ご支援により、
現クライアントさまにもご評価いただき、これからも、さらに、新たなお客さまの事業拡大を
ご支援してまいります。

フィロソフィー

経営のこころ	1．みんなの心を信じ経営する 2．原理原則にしたがう 3．お客様第一主義 4．大家族主義 5．実力主義に徹する 6．みんなが経営のパートナーである 7．全員参加で経営する 8．全員の「考え方」のベクトルを合わせる 9．高い目標をもつ

[illegible]	**1.** [illegible] 1. [illegible] 2. [illegible] 3. [illegible] 4. [illegible] 5. [illegible] 6. [illegible] **2.** [illegible] 1. [illegible] 2. [illegible] 3. [illegible] 4. [illegible] 5. [illegible] 6. [illegible] 7. [illegible] 8. [illegible] 9. [illegible] 10. [illegible] 11. [illegible] 12. [illegible] 13. [illegible] 14. [illegible] 15. [illegible] 16. [illegible] 17. [illegible] 18. [illegible] **3.** [illegible] 1. [illegible] 2. [illegible] 3. [illegible] 4. [illegible] **4.** [illegible] 1. [illegible] 2. [illegible] 3. [illegible] 4. [illegible] 5. [illegible] 6. [illegible] 7. [illegible] 8. [illegible] **5.** [illegible] 1. [illegible] 2. [illegible] 3. [illegible] 4. [illegible] 5. [illegible] **6.** [illegible] 1. [illegible]×[illegible]×[illegible] 2. [illegible] 3. [illegible] 4. [illegible] 5. [illegible] 6. [illegible] 7. [illegible] 8. [illegible] 9. [illegible] 10. [illegible] 11. [illegible]