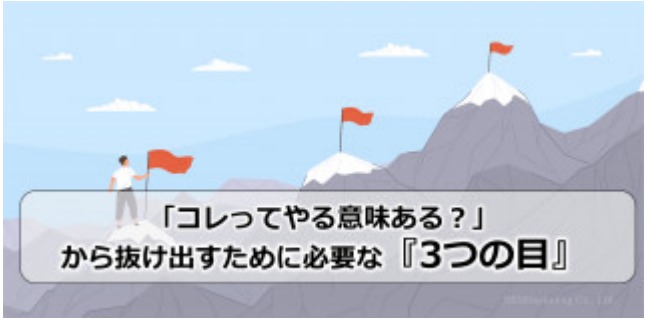
【株式会社SBSマーケティング】「コレってやる意味ある？」から抜け出すために必要な『3つの目』



BtoB（企業間取引）を中心にマーケティングや集客に関連したコンサルティングサービスをご提供させていただいている株式会社SBSマーケティングは形骸化した業務が増える原因と解決策を解説したページを2022年11月15日（火） に公開しました。

中小規模の企業に所属するマーケターの多くは日々やるべきことに追われ、忙殺されがちです。

そのため、目の前のタスクを「やること＝目的」となるケースも多く、マーケティングに欠かせない長期的な視点を持つ余裕が失われていくことになります。

実はこの事象は「計画のグレシャムの法則」と呼ばれています。事象を紐解き、どうするべきかを解説します。

（記事ページの項目）
■忙殺されがちなマーケター
■『グレシャムの法則』とは？
◆経済学の法則の一つとして知られる『グレシャムの法則』
◆「悪貨は良貨を駆逐する」
■『計画のグレシャムの法則』とは？
◆「ルーティン化した業務は創造性を駆逐する」
◆悪影響を及ぼす『目的』を見失ったルーティン業務
■『計画のグレシャムの法則』から抜け出すタイミング
◆ミーティングなどのルーティン化された業務
◆リモートワークがルーティン化された業務を見直す絶好のタイミング
◆組織や事業を成長させるために必要な『創造性』とそのための『時間』
■マーケターに必要な『鳥の目』『虫の目』『魚の目』
◆マーケターに求められる役割
◆①『鳥の目』で見る
◆②『虫の目』で見る
◆③『魚の目』で見る
■最後に

▼詳しくはこちらをご覧ください。
https://sbsmarketing.co.jp/marketing/perspective-required-for-marketers-2022-11/

▼日々の実務に役立つ情報を公開しています。どうぞご覧ください。
https://sbsmarketing.co.jp/blog/

■問い合わせ先
企業名：株式会社SBSマーケティング
事業内容：マーケティング、販売促進に関するコンサルティング業務 など。
URL：https://sbsmarketing.co.jp/contact/

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com