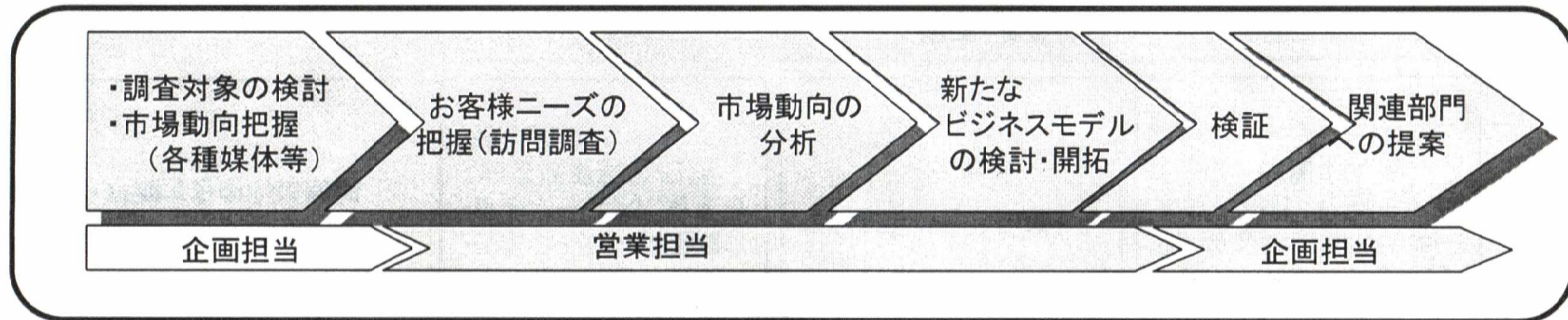


PT設置の目的

成長分野であるブロードバンド市場における競争力強化、シェア拡大に向け、アカウントユーザへのきめ細かな対応のみではなくSOHO・マスユーザへの光ビジネス等積極的な展開を図るため、訪問活動を通して市場の構造変化や競争他社の参入状況をキャッチし、お客様ニーズを積極的かつスピーディに汲み上げ、お客様にとって価値のある商品やサービスを提供するため新たなビジネスモデルを創出することを目的に「ビジネス開拓プロジェクト」を設置し、SOHO、マスユーザへの販売競争力の優位性を確保していくこととする。

実施業務の概要



| | |
|------|---|
| 営業担当 | <ul style="list-style-type: none"> ◇訪問等によるお客様情報(サービス利用実態、他社利用実態)やユーザニーズの把握、データベース化 ◇訪問による調査内容を分析し、ターゲット市場の選定、新たなビジネスモデルの検討・開拓 |
| 企画担当 | <ul style="list-style-type: none"> ◇戦略的マーケティング(調査対象エリア、ターゲットユーザ)の選定 ◇営業担当からのビジネスモデル提案の検証(各種媒体等からの市場動向調査との検証等) ◇新たなターゲット市場・ビジネスモデルの関連部門への提案 |
| 総括担当 | <ul style="list-style-type: none"> ◇PT内総括 ◇事業計画の策定・管理 |

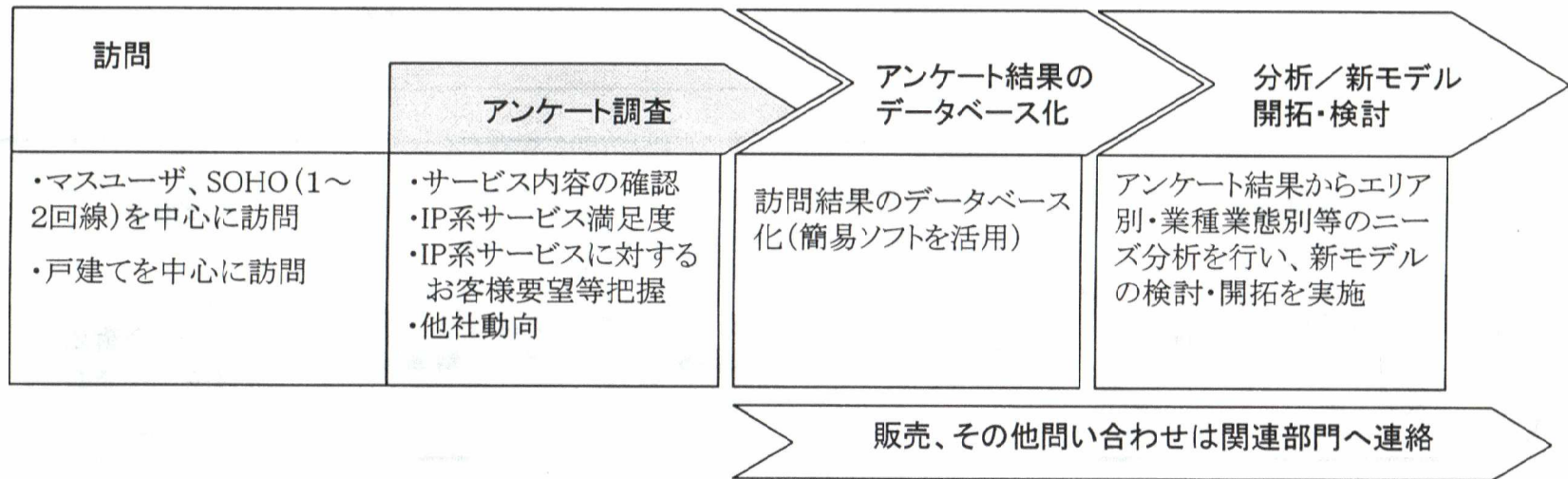
市場動向調査について

●企画担当

◇官公庁発行資料の他、ホームページ・雑誌等から最新情報・ニーズ等を収集・分析を行う。

●営業担当

◇お客様への個別訪問によるニーズの把握、分析を行い新たなビジネスモデルを検討する。



| | |
|-----------|---|
| ◇ターゲットユーザ | SOHO・マス(1～2回線)ユーザを対象に実施する。 |
| ◇ターゲットエリア | 他事業者との競争が激化している首都圏を中心に調査を実施 |
| ◇ターゲット商品 | IP/BB系商品を中心に調査を実施するが電話系サービスについても他社動向を併せ調査 |