

数式の作り方

左辺

- ・仕事において達成させたいもの
- ・向上させたいもの **目標**

右辺

- ・左辺を達成させる**因子**
- ・向上させる上で重要な項目を並べる

因数分解

式の形

- ①掛算、割算 ←ゼロがあると成り立たない
- ②順番系 ←同じ式でも順番が大事、優先順位が高い項目から並べる

例 **A** 売上 = (客数) × (買い上げ点数) × (単価)
B 売上 = (買い上げ点数) × (単価) × (客数)
C 売上 = (単価) × (客数) × (買い上げ点数)

A 締切日 = (まず最初にやること) + (次にやること) + (その次にやること)
+ (さらにその次にやること) + …… + (成果物の提出)

B 締切日 = (成果物の提出) + (成果物の品質確認) + (仕上げ)
+ …… + (途中経過の確認とプランニング修正の必要性確認)
+ …… + (最初にやること)

仕事の進め方、スキル

$$\text{プレゼンインパクト} = (\text{プレゼン内容}) \times (\text{プレゼンスキル}) \times (\text{相手の受け取り力}) \\ \times (\text{プレゼンターと相手との関係性})$$

$$\text{信用性} = \frac{(\text{信頼性}) \times (\text{信憑性})}{\text{我田引水性}}$$

$$\text{交渉力} = (\text{情報量}) \times (\text{事前分析力}) \times (\text{交渉スキル}) \\ \times (\text{BATNAの強さ})$$

BATNA: Best Alternative To Negotiated Agreement
交渉できなかつた場合の善後策

$$\text{分析力} = (\text{仮説構築力}) \times (\text{情報収集力}) \times (\text{軸設定のセンス})$$

$$\text{根回し効果} = (\text{早めの情報共有}) \times (\text{提案内容への巻き込み}) \times (\text{社内政治の活用})$$

$$\text{仕事の優先順位} = (\text{重要度}) \times (\text{緊急度}) + (\text{志})$$

ビジネス

貢献利益 = 売上高 - 変動費

営業利益 = 貢献利益 - 固定費

経営レバレッジ係数 = $\frac{\text{貢献利益}}{\text{営業利益}} = \frac{\text{貢献利益}}{\text{貢献利益} - \text{固定費}} = \frac{\text{貢献利益}}{\text{売上高} - \text{変動費} - \text{固定費}}$

営業売上 = (商談数) × (商談勝率) × (商談規模)

商談勝率 = (第一印象で嫌われない) × (お客様のニーズ理解)
× (ニーズに対する最適な提案) × (競合提案に対する差別化) × (最後の一押し)

営業売上 = (ターゲット顧客からの売上) × (ターゲット顧客以外からの売上)

企業の儲け力 = (タレント) × (アービトラージ) × (レバレッジ)

アービトラージ: 他の市場の動向や好事例を自分の市場に活用すること。裁定取引。割高品を売り、割安品を買う

レバレッジ: 成功しそうなビジネスを倍速で伸ばす仕組み。何倍もの取引を行うことで、投資効率を高める手法

企業の新規事業創造力 = (挑戦する手数) × (見極めスピード) × (熱いリーダー)

ビジネスモデルの継続性 = (儲ける仕組み) × (差別化要素)
× (前者2つがどれぐらい離れているか)

お金が貯まらない人

$$(\text{収入}) - (\text{支出}) = (\text{貯蓄や投資にまわすお金})$$

貯蓄や投資にまわすお金を考えないため、収入が増えると支出も増加し、貯蓄にまわすお金がない

お金が貯まる人

$$(\text{収入}) - (\text{貯蓄や投資にまわすお金}) = (\text{支出})$$

貯蓄や投資にまわすお金を意識するため、支出は必要なものだけになり、貯蓄が増加する

$$(\text{嫌なことが自分に与える影響の大きさ}) = (\text{嫌なことの影響}) \div (\text{影響が起きる世界の大きさ})$$