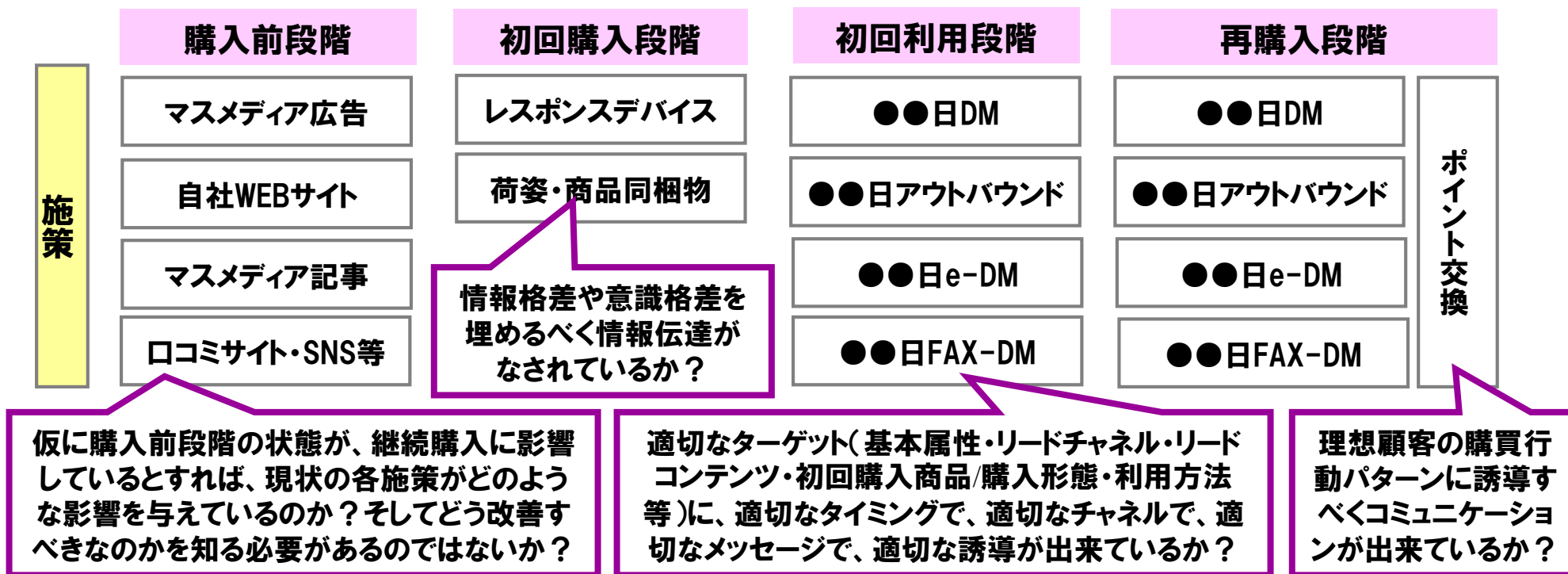


2nd Phase: コミュニケーションが顧客育成に与えた影響を分析し改善策を検討・実施



理想顧客と非理想顧客のGAP発生要因の特定とGAPを埋めるのに最も効果的なコミュニケーションの5W2Hを策定・実施