



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成25年12月01日 第642号「週刊五十嵐レポート」

宝の山

「気がついて、いっこうに手を出さず、強情をつっぱって、なまけ心、心配性が面(かお)を出して、せっかくのチャンスを取り逃がす。世の中には宝の山に入りながら、素手でぶらぶら引き返す人が、どれだけあるだろうか」
(万人幸福の榮 第一条より)

経営相談の話。2代目の社長。昨年、金融円滑化法により金融機関に対して返済の緩和措置(元金返済せず、利払いのみ)をしています。今年の4月に金融円滑化法が終了し、来年4月以降は業績に見合った返済をしてもらうことになっています。4月～9月までの上半期は調子良かったのですが、10月以降が厳しくなってきました。2代目社長、「最近新規顧客が増えません。このままでは来年金融機関に対してどう対処したらいいのかわかりません」。五十嵐、「4月～10月までの新規顧客は何件あって、どんなルートで来たの?」。2代目社長、「そんなに多くありません」。五十嵐、「具体的な数字を聞いているの」。2代目社長、「特に記録していません」。五十嵐、「それなら直近の10月の2件は、どんなルートだったの?」。2代目社長、「〇〇ルートと▲▲ルートです」。五十嵐、「8月、9月はどうなの?」。2代目社長、「〇〇ルート」です。

五十嵐、「少ないながらも〇〇ルートからの新規顧客が来ているということ。それらに何かアプローチとかしたの?」。2代目社長、「いえ、特に何もしていません。というか〇〇ルートはあまり力を入れようと思っていませんでした」。五十嵐、「あまり力を入れていなくても新規顧客が来るのであれば、力を入れればもっと開拓できるのでは。これは小さい成功事例。これにあなたは気づいていない。これでは宝の山に入って手ぶらで帰ってくる人と同じ。まずは小さい成功事例を分析して、〇〇ルートのリストを作り、〇〇ルートへのアプローチを考えること。そして気づいたらすぐ行なうこと」。2代目社長、「目の前が明るくなりました。やってみます」。やるべきことが見えれば心配は消えます。

ちょっと
気になる出来事

11月30日(土)、日経新聞企業1欄「電機転生(下)」より。「シェア首位が最善か」というテーマの話。

京セラの携帯電話の年間販売台数はアップルやサムスンの月間販売台数より満たないとのこと。しかし利益はしっかり出ていると。

「真っ向勝負では勝てるわけない」(同社専務のコメント)

米国で昨年販売し、1年間で200万台売ったスマートフォン「ハイドロ」。防水性能に優れ、騒音の中でも聞き取りやすい製品。アウトドア愛好家や耳が聞こえにくい高齢者などから高い支持を得ている。

「シェア上位ではない分野で画期的な製品を生み出す」

京セラでも弱者の戦略を活用しています。部分1位、小規模1位を狙っています。(客層の絞込み) 日経新聞にも中小・零細企業に役立つ情報があります。



一口メモ
成功の秘訣

マーケティングとは

マーケティングという言葉は、何を意味するのだろうか。ほとんどの人は、マーケティングは販売やプロモーションのことだと間違えて考えている。

指導的な経営理論家の一人であるピーター・ドラッカーは次のように言っている。「マーケティングの目的は販売を不要にすることである。その目的は、顧客を十分知り、理解することによって、製品あるいはサービスを顧客に適合させることである。そうすればおのずから売れるのである」

この言葉は販売やプロモーションが重要ではないと言っているのではない。むしろそれらは、市場に働きかけるさまざまなマーケティング手段の一部なのである。

マーケティングとは個人や集団が、製品及び価値の創造と交換を通じて、そのニーズや欲求を満たす社会的・管理的プロセスである。

(「ニーズ」「欲求」「需要」「製品」「交換」「取引」「市場」)

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

●週刊五十嵐レポート 毎週月曜日発行 ●月刊五十嵐レポートダイジェスト

●町コンランチエスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時～12時。

●町コン・ランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 tigaras@attglobal.net

