



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26年10月13日 第686号「週刊五十嵐レポート」

5カウンの法則

10月5日(日)～6日(月)と福岡にてランチェスター経営の代理店会議がありました。そのとき、福一不動産の古川隆社長の話がありました。(同社は中洲・歓楽街の店舗賃貸仲介NO.1)。

「営業とは相手の話を聞き、認めてあげること。すなわち「承認」すること。顧客が承認してくれる結果として契約や購入していただける。承認してもらうには人間関係を構築する必要がある。人は、5回会うと親しくなる。契約してくれる人は5回以上会っている人がほとんど。信頼関係ができてから。」

そのために5回会う仕組みを作る。売上を上げるとは言わない。カウンをチェックする。人と1回会うと1カウン。お礼の手紙・メール・電話・FAX、フェイスブックは0.5カウン。フェイスブックの友達申請が0.5、相手からOKも0.5。

人から紹介をもらい、面談。名刺交換で1カウン。すぐにはがきを出して0.5。電話で訪問のアポイントをとって0.5、訪問して面談1、はがき0.5、メールで0.5、アポなしで訪問して面談1、合計5回。こうすると人と親しくなれる。以前は3日で4カウンしていたが、いまではフェイスブックを活用して1日で4カウンすることを目指している。1週間50カウンを続けていくと1カウンが1万円の売上に相当することになった。

顧客を作る方法は、名刺交換からはじまる。しかし、多くの営業マンは人と会って名刺交換してから何をしたらいいのかわからない。どうすれば接点を作れるか仕組みを作る。お礼のはがきを出す。お礼のFAX、メールを出す。出すときの定型フォームを作っておく。5カウンできれば、商談がまとまる確率が高まる。この法則を発見してからは、営業に対する不安やあせりはなくなった。」

商品を売り込むのではなく、「承認」してもらうこと。それが5カウンの法則。多くの営業マンは電話や訪問して嫌われ、断られる。「承認」は断られない。断られなかったことが営業マンにとって大事。

ちょっと
気になる出来事

10月5日(日)～6日(月)に福岡にてランチェスター経営の代理店会議に参加しました。

参加されている税理士4名と情報交換させていただきました。

そのうち1人は10年前、秋田にて青年会議所主催のセミナーに参加され、私の話を聞いていただいた人でした。10年ぶりの再会です。

もう1人は、私の町コン経営塾で1年間勉強して地元に戻って独立起業した青年の顧問税理士になられた人でした。

「なぜ、ランチェスター戦略を学んでいるのか？」と訊いてみました。返ってきた答えは、「中小・零細企業に合っている」「経営のアドバイスをしようと勉強していたら、ここ(ランチェスター)突き当たった」「税理士にはなじみやすかった。感覚的ではなく、論理的であること」等々。

詳しくは、ユーチューブ動画(「なぜ、税理士はランチェスター戦略を学ぶのか」で検索)をご覧ください。



一口メモ
知識

ブランド設定者の決定

ブランド化が決定された後、メーカーはブランドを誰が設定するか決める。次の3つの選択肢が考えられる。

第1は、製品を「生産者ブランド」(ナショナル・ブランドともいう)として市場に導入する方式。

第2は、メーカーが製品を中間業者にブランドをつけずにそのまま販売し、中間業者がそれに「プライベート・ブランド」を設定する方式。

第3は、製品を自社の名前で生産すると同時にプライベート・ブランドで販売する方式。

ケロッグやIBMは、実質的に製品の全てを自社ブランドで生産している。不凍液メーカーであるBASFワイアンドット社はKマートなど約80のプライベート・ブランドとして販売している。

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

●「新・経営の志手帳」発売中！(1,000円＋税)

●町コンランチェスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時～12時。

●町コン・ランチェスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

(株)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

Tel03-3659-7703 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

