



元気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12月15日 第695号「週刊五十嵐レポート」

営業戦略セミナーにて

12月11日(木)、第6期ランチェスター経営戦略セミナーvol.4「営業戦略」を開催しました。少人数制を採用していることで、参加の経営者たちに意見交換する場をつくっています。

鉄筋工の経営者、「得意先が中堅ゼネコン。品質・技術はいいのは当たり前。営業で差をつける。そのために、お客様『要望シート』を渡して意見を書いてもらっています。これをきっかけに話がふくらみ、次の仕事に繋がっています」。

農機具販売の経営者、「得意先別のABC分析は行なっていたが、それを営業の訪問回数に反映していなかった。特A先、A先、B先に関して訪問回数を決めていきたい」。

運送会社の経営者、「精密機械を扱っているが、リーマンショック後、売上が激減。特定企業に偏っていたため、厳しい値下げ交渉の結果、飲まざるを得なくなって大変な時期があった。それを反省して、精密機械を取り扱うノウハウを活かして、エンドユーザー(消費者・団体)を開拓することになった。客層を絞り込み、DMを発送して顧客を増やしてきました。エンドユーザーとの取引では価格の決定権が我々にあり、きっちり粗利益がとれるようになった。今では全体の売上の2割を占めるまでになった」。「ホームページの『流れ』を聞いて、作った自分たちの視点でホームページを見てしまい、初めて訪問する人の視点が抜けていたと感じた。エンドユーザーの『悩み』『不安』を考慮して解決策を提案していきたい」。

営業戦略のテキストに長く経営していると、業界のライフサイクルの変化、競争相手の出現、販売先業界の変化、社会の変化、法律の改正などで売上が構造的に低下することがあります。必然的に業界・客層を変え、営業方法を変えざるをえなくなります。ここで重要なのが情報です。得意先情報、競争相手情報など。

ちょっと
気になる出来事

日経新聞の12月の「私の履歴書」は萩本欽一、「欽ちゃん」。
私の子供時代、コント55号や「欽ちゃんのドンとやってみよう」(当初はラジオからブレイク、そしてテレビ)を学校で話題になっていました。

「私の履歴書」から

「僕はだめな男なんだ。才能がないんだ。優れた人はもちろん、普通の人より一歩、いや二歩下がったところから人一倍、努力しなきゃいけないんだ。光るものがないなら、誰もやらないことを地道にやって先を走る人たちをじわじわと追いかける。それしか方法がないんだと覚悟を決めた」

そこから欽ちゃんは、朝8時に来て、誰もいない暗い舞台で1時間芝居を一人で演じました。毎朝休まず。それが掃除のおばさんが見て、それを総支配人に伝わった。そこから評価されはじめました。

努力=時間。人よりも早く来て稽古する。これは何事にも通じます。



一口メモ
知識

顧客サービスに関する意思決定

顧客サービスは製品戦略の一要素である。企業が市場へ提供するものには、いくつかのサービス要素が含まれている。

サービスには配達や取り付け、修繕や保守、顧客への情報提供や技術助言、信用供与や金融機能などが含まれる。

付随的な顧客サービスに関して、メーカーは、

どのようなサービス・ミックスを提供すべきか、

どのようなサービス水準を提供すべきか、

それぞれのサービスをどのような形態で提供すべきかという3つの意思決定に迫られている。

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

㈱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 Fax03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

