



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27年07月13日 第724号「週刊五十嵐レポート」

感謝コミは挫折するようにできている

ランチェスター経営を17年間学んでいる静岡在住の測量士北條正剛氏と「感謝コミ」の打ち合わせをしました。

北條氏は年6回以上お客に売りを出さない感謝のはがき「感謝コミ」を出しています。何度も挫折しながら、今は継続できる「仕組み」を作りました。年賀状は100社中100社出すのに、感謝コミは100社中3社しか出しません。出せば、お客が増え、売上は増加し、業界ナンバーワンになれるのにやらないのはなぜか。

「感謝コミ」が一番大事な仕事であるとの認識がない。どういう時に感謝コミをすればいいのかわからない。感謝コミを行なうのに時間がかかる。めんどくさい。感謝コミは年賀状のような定型がない。等々。

北條氏の話では感謝コミをすると確実に売上が増加し、業績は良くなることを実感しています。お客の立場になると、年賀状が来ると返事を返せるのに、感謝コミは何回か来ても返すことができないと心のバランスが崩れてきます。心を平常に戻したいために仕事の情報を提供してきます。(これを返報性の法則)お客から仕事が増えてくると多忙になります。「感謝コミ」を仕組み化しておかないと、継続できなくなります。北條氏は何回も挫折しました。感謝コミをやめしまうと顧客から引き合いも減り、業績も悪化します。

「感謝コミ」は繰り返し作業なので、戦術活動です。戦略ではありません。中小零細企業の社長は、「感謝コミ」の仕組みを作り、社員を教育して、社員にやってもらうことです。社長は戦略に専念することです。こうすると感謝コミを継続でき、顧客から仕事の情報も入り続けてきます。北條氏が17年ランチェスター経営と感謝コミをやり続けた答えでした。社長が感謝コミ(戦術活動)にのめり込んだら、経営は失敗します。感謝コミを仕組み化し、社員へ落とし込み、社長は戦略実力を高めることに専念します。そうすると顧客が増え続け、経営は安定していきます。これがランチェスター経営の真髄です。

ちょっと
気になる出来事

ランチェスター経営では、2015年4月～6月(3ヶ月間)の全国代理店の教材販売の売上高ランキングを発表しました。私は3位(前回4位)にランクインしました。東京・関東圏では1位(前回1位)でした。

これは何を意味するか。本来ならば、東京という日本では一番大きなマーケットであれば、全国1位は東京から出るのではないかと思われる方も多いはず。

代理店と言っても本業としている人は多くはありません。片手間でやっている人が多い。本気で行なっていません。など。だから私も東京では1番になれました。これは弱者の戦略でいうと、「勝ちやすきに勝つ」。競争相手はいますが、どれも小さい。本気でやっていない。ということで本気でやっていればちょっと頭が出ただけ。

素質があって、本気でやる人が出てくれば、私を超えることは十分可能です。私はこれからもランチェスター経営を東京で広めていきます。やる気のある人、待っています。



一口メモ
知識

流通チャネルの本質

流通チャネルとは、ある製品やサービスが生産者から最終消費者もしくは生産財ユーザーへと動くときに、所有権を取得したり、あるいはその移転の補助したりするあらゆる企業と個人の集合である。

なぜ生産者は、販売業務の一部を中間業者に委ねようとするのだろうか。

中間業者を活用する理由は、製品をその標的市場に向けて幅広く普及させるための能率を大きく向上させることにある。中間業者は、顧客接触、経験、専門性および事業規模によって、生産者が自ら手を下すよりも多くの成果をもたらしているのである。

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 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

