



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28年05月02日 第766号「週刊五十嵐レポート」

タクシードライバーに聴く

20年以上個人事業主として事業を営んでいた人が廃業し、就職活動をしていました。2、3の仕事をして今はタクシードライバーになりました。

個人事業のときは、前向きに事業を打ち込むことはできず、結果が悪いのは、いつも外部環境のせいにして、できない理由を言っていた人でした。タクシードライバーになって数ヶ月経って、彼の話聴きました。前向きで積極的な人になっていました。

彼は、東京都における大手4社の一角のタクシー会社のタクシードライバー。会社は、業務マニュアルがあり、しっかりと研修制度があります。お客に対して元気に挨拶します。会社の方針は、駅前に止めてひたすら待つといった従来のタクシーの慣行ではなく、「流し」が主流です。(流しの方が効率がいいのです)

彼は言います。「タクシーのお客はすぐにわかる。手をあげるから明快である。個人事業のときは、誰がお客になるのかわからなかった。新人の目標を軽くクリアした。やればやるだけ稼げる。面白くなってきた。個人事業の時には味わえなかった。いいお客ばかりではないけれど、一期一会が楽しい。明るい将来が見えてきた」。

タクシー業界も変わってきます。スマホアプリで配車サービスが生まれています。海外における「ライドシェア」(一般の自家用車を使った送迎サービス)の台頭。米国やアジア各地で広がりを見せています。これが東京で解禁されるとタクシー会社は死活問題になります。訪日客が増え、外国人を乗せる機会が増えました。決済方法も従来は現金払いでしたが、クレジットカードやスマホ決済等の対応のために機器を整備しているタクシーが多くなってきました。

これらの変化についていけなくなっているのが個人タクシー。外部環境の変化にどう適応していけばいいのか。ここまでみているとどの業界も同じ。

基本はお客起点に立つこと。彼の会社は教育が徹底されており、お客を乗せるときに挨拶し、降りるときにも感謝の挨拶。タクシーの目的は、「安全、迅速に目的地までお運びする」こと。つけ加えると、「気持ちいい接客で」。

彼は、「英会話を学び、訪日客を取り込みたい」と言っています。人は前向きになるんだな。うれしくなりました。

ちょっと
気になる出来事

4月9日から「ランチェスター経営ONLINE東京」がスタートして20日が過ぎました。

華々しい出だしとは言えませんが、ぼちぼち静かに動き出したという感じです。まだまだ認知度がありませんので、「一口メモ」に書かれているように「知らせるための広告」が必要になります。

既にランチェスター教材の動画配信を購入されたユーザーにどのような時に視聴されているのか訊いてみました。

「お客への訪問活動しているとき、ちょっとした空いた時間にスマホで視聴している。便利である」。

「いつでもどこでもスマホで気楽に経営を学ぶ」というキャッチフレーズ通りです。一步一步前に進んでいこうと思います。



一口メモ
知識

広告における重要な意思決定

【広告目的の設定】

広告目的とは、与えられた期間に限られた標的対象に浸透させるべき、特定のコミュニケーションの課題である。

広告目的は、知らせることなのか、説得することなのか、または思い出させることなのかによって分類することができる。

知らせるための広告は新製品の導入期に大量に行なわれるが、その目的は一次需要を創造することである。

説得するための広告は、競争が激しく企業の目的が特定需要の創造である場合、より重要になってくる。ブランドが価格より高い品質を提供していることを説得し、消費者の意識のなかの最も良い位置にポジションを築こうとするだろう。思い出させる広告は、ブランドもベネフィットも認知している消費者にその製品を思い起こさせるのに使用されるため、成熟期にある商品にとっては有効な広告である。

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

- 「町コン経営塾」小岩校 毎週日曜日 午前10時～12時
- 「町コン経営塾」小岩校 土日集中講座 HP参照
- 「町コン経営塾」銀座校、武蔵村山校、豊岡校 開講中。

㈱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

