



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06月27日 第774号「週刊五十嵐レポート」

ホームページは戦略

最近、お客さんの所へ行くと、ホームページのリニューアルの話や新たな商材の販売のためにサイトを新に考えている話が出てきました。その場合、地元の信頼できるホームページ制作会社を紹介して、問題解決しています。

既にホームページのリニューアル一歩手前の会社の話です。まだ完全には完成していないホームページでしたが、見せてもらいました。前回のホームページ制作会社ではなく、新たな会社に依頼していました。デザイン系のホームページ制作会社なので、作りは綺麗で見栄えが良いホームページでした。しかし、会社の差別化や独自性というものは感じられなく、総花主義でした。これではホームページにどの客層(ターゲット顧客)に来てもらいたいのが見えませんでした。

「売る側から見た良い商品と、買う側から見た良い商品は滅多に一致しない」(ランチェスター「戦略名人」テキスト参照)。

ドラッカーの「創造する経営者」に、「顧客や市場について、企業が知っていると考えていることは、正しいことよりも間違っていることのほうが多い。顧客と市場を知っているのは、ただ一人、顧客本人である。したがって顧客に聞き、顧客を見、顧客の行動を理解して初めて、顧客とは誰であり、彼らが何を行ない、いかに買い、いかに使い、何を期待し、何に価値を見出しているかを知ることができる」。

会社は工務店。新築は年に2、3棟、多くはリフォーム。それもフルのリフォームが多い。建替えるのではなく、躯体はそのまま内装をリニューアルします。子どもが巣立ち、ようやく自分たちのライフスタイルを楽しむことができるようになった50代、60代の夫婦が顧客。

「顧客は誰か」を問い続けると、自社の強みや差別化のヒントが見えてきます。ホームページは間隔戦、空中戦であり、今となっては、「強者の武器」です。間隔戦、空中戦ではいかに差別化・独自性を発揮しないとお客さんが見つけてくれません。地上戦(リアル)よりやっかいです。

ちょっと
気になる出来事

6月26日(日)町コン・戦略社長塾・小岩校は、財務戦略塾の第3回。

「営業の方法は何通りかあって、うまくいかなければ、他の方法でやり直しがきく。しかし、財務の場合、設備投資で失敗すると元に戻すのは大変なことである。自己資本が低く、自社ビルを借金で建てたら、不景気になって業績が悪くなると、すぐに倒産の危機が来る。財務の強者が弱者を見極めなければならない」。

20年以上前に会社の業績が良い時に、変な不動産を買って、最近まで大変だったという受講者の話がありました。

財務にも「強者」と「弱者」があります。

「弱者」の場合、固定資産の投資は慎重にやらざるをえません。



一口メモ
知識

広報活動目的の設定

最初に広報活動の目的を設定する。カリフォルニアのワイン醸造会社組合は、2つの主要なマーケティング目的を支援するプログラムを開発するために広報活動会社を雇った。2つの目的とは、ワインを飲むことは豊かな生活であると抱かせること。全てのワインの中でのカリフォルニア・ワインのイメージと市場シェアを改善すること。

目的の達成を助けるために、広報活動目的が設定された。ワインに関するストーリーを作り、『タイム』や『ハウス・ビューティフル』などの一流雑誌や新聞(食品のコラム)に取り上げさせること、ワインの多くの健康的価値に関するストーリーを作り、医学専門家に直接紹介すること、ヤングアダルト市場、大学生協、諸政府機関、さまざまな民族コミュニティ向けの特定パブリシティを開発すること。そして、キャンペーンの後に結果を評価できるように、目標値を設定された。

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

