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　　2020年06月29日　第976号「週刊五十嵐レポート」

お客が喜んで、また買ってくれる

人が返ってきた。各自多少の痛みは伴っているが、街が正常に戻りつつある。また普通の企業間競争が始まっている。

小さな会社は大きな会社や強い会社から強い圧力を受けている。大きい会社と同じようなことをしていても生き残るのは大変。そこで「差別化」という言葉が叫ばれる。大きな会社や普通の会社がやらないこと、できなことをやる。それって何だろう。誰でもできるが、続けることが難しいものに「お礼の手書きの手紙」がある。

6人の小さな会社(物販業)の話。1年前からお礼の手紙を書くことをはじめた。社長はお礼の手紙を書く必要性を感じ、まずは率先して行った。そしてスタッフやってもらうことにしたが、スタッフからすると普段の仕事のプラスアルファになり、優先度は低くなる。今までパソコンで仕事をしていたのが手書の仕事が増える。二十歳のスタッフは手紙の書き方、住所の書き方もわからなかった。手紙の書き方から教えることになった。毎日の日報からいらない作業を取り除き、手紙を書く時間を作った(1時間)。

そこから徐々に書き始め、3か月が経ったころ、お客さんから喜びの反応があった。さらに続けていくとお客さんのリピート率が上がってくるのをはっきりと見えてきた。これらのデータをスタッフに見せて、手書きを書き続けたおかげで売上が伸びてきたことと感謝を伝えた。スタッフも直接お客さんから手紙のお礼が来ることで仕事に対する喜びを感じてきた。自主的にお礼の手紙を書くようになっていった。

そこにコロナがやってきた。実店舗は休業。ネット通販だけになった。時間が空いた人は1日中手紙書きになった。10分で1通、1日48通～60通。ひたすら書いた。非常事態宣言の解除1か月後の6月から再びお客の反応が手に取るように増えてくるのを感じた。

手間と時間がかかる。あえて時間をつくらないとできない。商品力もあるが、顧客と手紙による接近戦で顧客作りをしていく。他社ができそうでできない。まさに「差別化」。

ちょっと気になる出来事

6月26日付日経新聞夕刊に、「サザン、無観客ライブ配信」という記事。

新型コロナウイルスで大規模ライブ開催が困難な中、サザンオールスターズが25日横浜アリーナで無観客の配信ライブを開いた。ABEMAなど8つの動画配信サービスを通じて有料配信。3600円のチケット購入者は約18万人、総視聴者は推定50万人。

＜売上＞3600円×180,000人＝648,000,000円。

普通の武道館で行う場合、1万円×1万人＝100,000,000円。サザンは今回のライブは6回分に相当する売上を上げた。

「ライブの有料動画配信はできないのか」と誰でも考えていたはず。これでミュージシャンや役者（そこに関係する人たち）が息を吹き替えす。良かった。そしてチケットの抽選に漏れる心配もない。見たい人は確実に見れる。私の妻もしっかり購入していた。期限あるまで何回も見ていた。

コロナがなかればここまでいかなかったのかもしれない。

人間の積極的な姿勢・気持ちがどんどん進化させる。

一口メモ
知識

失敗も成功も、小さな単位

私たちの行動は、瞬間瞬間の小さな単位の連続です。

失敗も成功も、小さな単位のところで、起きるのです。

だから、瞬間瞬間の小さな単位で気をつけていれば、
失敗は避けられます。やがて成功することもできるのです。

人は瞬間の小さな行為を大事にせず、無視してしまいます。
それが大失敗のもとになるのです。

「ブッダの教え一日一話」(PHP研究所/アルボムッレ・スマナサーラ)より

●「戦略社長塾東京」小岩校　毎週日曜日・水曜日　午前10時～12時
●「戦略社長塾東京」小岩校　土曜隔週(第2・第4)　午後2時～6時
●「戦略社長塾東京」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
TEL03-3659-7703　Fax03-3659-7077　info@igarashireport.com