

メンター通信

第5号 発行元 メンターシステム(有)岩崎
連絡先 0593-98-0123

ワクワクして経営・商売をしていますか。

時間戦略を実行するために、朝起きたらB7サイズの小さいノートに時間を書くことをしています。朝何時から活動を始め、何時に事務所を出てそして何時間仕事をしているのか、この統計をとっています。

ところが、義務感が先にたつてどうもスカッとしません。そんな中、私が個別相談に入っているお客さんに対策を提案をしたときでした。

「対策を打った結果を数字に表せたら面白いでしょう。」

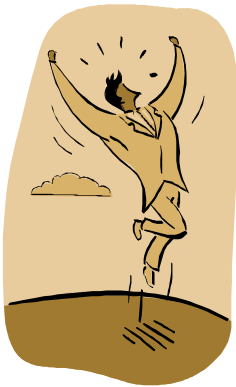
そう言ってお客さんの顔を見上げると目がランランと輝いているんです。

私は、「これだー。」と思えました。

商売しているワクワクしてないんだ。車を販売しているときを思い出しますとパソコン訪問を掛けていても、電話

コールをしているときでも、こついたらお客さんが反応してくれるかな。あんなことしたら、面白いかな。と自分の打つ手をどこか楽しんでいたところがあつたよつ気がします。

例えばこんなことがありました。



当時、車の買い替えは車検の3から4ヶ月前という定石がありました。事実、3、4ヶ月前に訪問すると代替していた人は非常に多かったです。

ところが、車が売れるかというところではなく既に決定してしまっていたのです。それで自分が販売した車の活動状況を調べて見ることにしました、すると当然それ以前から活動しているわけです。

そこで疑問に思ったのは、どれくらい前からアプローチするのが一番効果的なのかです。

そこで、私は実験を始めました。5ヶ月前はどうか。6ヶ月前はどうか。検証をしてみたわけです。実際にアプローチして見るのと6から7ヶ月前から活動を始めるのと一番反応がいいんです。

勿論私は、このデータに基づいて活動しましたが、結果は上々。以前対象にしていたリストからは全く売れなかったのが、この方法で月当たり1から2台さらに販売できました。

こつで感じたことは、自分で立てた仮説を実行しその結果が返ってくるというので、ますます楽しくなつたということです。

逆に言えば楽しくなければ、成功しないということです。

経営は個人で物を販売するだけでなく、組織で行っていくものです。ですから、経営者自身がもっと、ワクワクしてないと成功はしません。

経営がワクワクするときは、こついたらお客さんでいっしょか。

それは、自分自身が探してきた情報から自ら戦略を立て実行して見る。その成果が良くて、悪くても具体的に数値として現れてきたらどうでしょうか。ワクワクしませんか。

結果的にそうだったでは、ダメなんです。自分の打った手によって現れた結果でなければなりません。

例えば、はがきを何通出せば、集客が何人でいくら売上が上がる。ということが解るということです。

そうすれば、会社を経営しているということを実感できて楽しくて仕方がないと思います。

そのためには、戦略実力を高めるのがまず第一だと思います。

競争条件の不利な会社は、何から始めるべきか

前回経営の8大要因について、説明させて頂きました。

まず最初に何から手を付けるべきでしょうか。いろいろな考え方がありますが、私が戦略社長塾や個別の相談をしているなかでお勧めするのは、営業ルート・業界・客層です。

①商品対策②地域対策③営業ルート・業界・客層対策の目的は、一位作りにあります。従って、どの商品で一位になるか。どの地域で一位になるか。どの営業ルート・業界・客層で一位になるかを決めなければなりません。

商品は、開発するのに時間とお金がかかります。

これは仕入をする場合でも同じで一位の商品を探すのは非常に難

しいことです。

経営の8大要因

- | | |
|-----------------|-------------|
| ①何を | 商品対策 |
| ②どこ | 地域対策 |
| ③誰に対して | 営業ルート・業界・客層 |
| ④どういつ売の方を | 営業対策 |
| ⑤どうやって継続して | 顧客対策 |
| ⑥人は何人採用しその役割分担は | 組織対策 |
| ⑦これらにいくら資金を配分し | 資金対策 |
| ⑧一日何時間行つ | 時間対策 |

それでは、地域か。中小企業は地元で起業する場合が多いのでその簡単に、有利な場所へ移転することはできません。そうすると**まず営業ルート・業界・客層を決めるのが一番ではないかと思**います。

これは以前電話で竹田先生と話したことです。場合によって違うが、それがよいのではないかと思うところでした。

例えば、衣料品店の場合、客層を決めることで商品も変わるし、店作りも変わる。店員の採用まで影響してきます。札幌のススキノのスナックで高齢者専門のお店があるそうです。

そこは、カラオケを置かず歌声喫茶のように皆で歌っています。

ホステスはすべて40代。店作りも採用もすべて変わってくるわけです。こんなことは、商売をしていれば常識と思うかもしれま

せんが、もう少し突っ込んで考えるところよりよく理解できます。客層が決まるとなせいか。

一つ目は対策が具体的に考えやすいというところです。

先ほどのスナックで音楽を掛けるとすればどういふ音楽にしますか。宇多田ヒカルじゃおかしいですね。

素人でも考えることができるようになるわけです。

新入社員に、自分のおじいちゃんが店に来るとしたらどうしたらよいと思う。と質問できます。

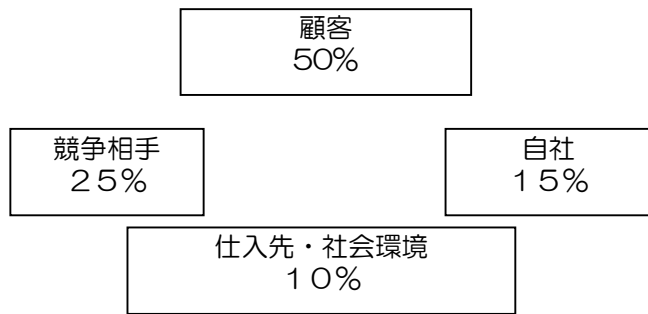
二つ目は情報を集めやすい点です。経営は実業ですので考えたことを実行せねばなりません。結果を検証して次の対策を打つわけですが、

このとき業績に影響がある情報の比率は次のようになります。お客様のところに半分は情報があるということです。

もし顧客層を絞ってなかったらどういふ人に聞けば、よいかわかりません。アンケートすらも取れないわけです。

では、その客層はどのようにして決めるのか。

業績に影響する情報の比率



これには二つの決め方があります。

弱者の戦略と強者の戦略このどちらかで、統一して決めます。

但し、強者の戦略を取れるのは次の

3つの条件が必要になります。

1. 一位であること。
 2. 市場占有率が26.1%以上。
 3. 二位との間に10対6以上の差をつけていること。
- 右の条件に当てはまらない会社は強者の戦略を取ってはいけないわけです。強者の会社は残念ながら5%し存在しません。

ほとんどの会社が、**弱者の戦略に基づいて、自分が有利である客層を見出す**ということになります。

そのためには社長の戦略実力を高める必要があります。ありません。

経営は実業ですので、頭で考えてこうかなあと思

ったらやってみることです。

そしてその結果を確認することです。

評論家にはならないことが重要です。



まずは重点目標の客層を考えてみて下さい

名古屋クラス戦略社長塾終わる

5月14日に無事名古屋クラスが終了しました。最初見学のつもりで見えた方も継続参加して頂き充実したクラスになったと思います。最後に懇親会を催し感想をお聞きすると、「受けてよかったです。」「わかり易かった」「別の講も受けてみたい」と大変好評でした。そんな中気になったのが時間が取れずに参加できなかった方々です。尾張旭市や蒲都市などからも参加したいという方も見えました。時間が都合がどうしても付かないということがありました。社長に時間を取ってもらうのは大変なことなんだなあと感じました。しかし一度は勉強されるべきだという確信も得られました。私は講の中で複写はがきをご紹介することがありますが、名古屋クラスでは、ハガキが特に好評のようでした。受講生の一人の方がやはり実行されてお客様に非常に喜ばれたそうです。お客様との接近戦を実行できたわけです。

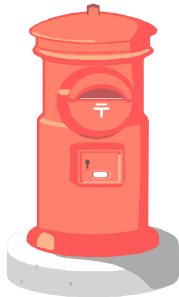
最近、ダイレクトメールは「ミ箱」へ直行ですし、電話コールは繋いでもらえません。

訪問しても中々会って頂けません。

はがきはお客様とのコミュニケーションの

一つですが、一切売りをに出さずに感謝の気持ちで出し続けるのがコツです。

非常に手間のかかることですが、



店主や社長から頂く自筆のまごころはがきは感動です。

一年に千通を目指して頑張ってみませんか。はがきは漢方薬です。複写はがきの控えは、

日永カヨーインフォメーションにて販売されています。

社長塾ご案内

前回のニュースレターの土曜日コースの日程が誤りがありました。お詫びいたします。正しくは下記6月1-2日です。申し訳ありませんでした。詳しくは戦略社長塾案内をご覧ください。

FAXまたは電話にて承ります。

編集 メンターシステム岩崎

連絡先 TEL 0593-98-0123

FAX 0593-98-0153

発行日 2004年5月27日

戦略社長塾日程 (定員7名)見学無料!

		時間	1 講	2 講	3 講	4 講
四日市諏訪栄町 パズルパワースクール	土	10:00~18:00	6/12 (1日コース)			
	火	19:00~21:00	6/15	6/22	6/29	7/6
	金	14:00~16:00	6/18	6/25	7/2	7/9
19:00~21:00						
平松産業(株)様 四日市市塩浜	土	10:00~16:00	6/19 (実践会：顧客戦略)			