

## お客様へのアンケートからはじまるマーケティング

市場が見えてきたという人に、真っ先にやって頂きたいのが、お客様へのアンケートです。お客さんは既存のお客様にアンケートを行うのが最もいいのです。とくに、私たちのことをよく知っている担当者であれば、申し分ない所です。

- ・過去に、1回でも改善活動や見直しの経験がありますか？
- ・過去に、社外で行われた勉強会やセミナーに参加したことがありますか？
- ・逆に、説明会に参加しなかった理由はなんでしょうか？
- ・改善や見直しを途中でやめてしまった理由はなんでしょうか？
- ・プロジェクトをしている、もしくは何かを提案しようと思ってる場合、これが問題だ、一番の悩みだと感じたことは何ですか？
- ・もっと聞きたい、もっと知りたいという情報があれば教えてください。

ざっとこんな内容で、相当な情報が入手できます。様々な想いと出会い、様々な気持ちに触れることです。一緒に同じ道を歩める、またとない機縁をつくる最初の行動は、このアンケートにあるのです。

### 権威を拝借する

お客様の多くの方が、

- ・改革はしたけれどうまく行っていない。
- ・売上が上がらない。
- ・忙しいばかりで時間がない。

そんな悩みを持っています。

それらの悩みを突き詰めると、『時間のかかり過ぎ』と『コストの削減』に苦慮していますということが明らかになります。そうしたら、

「事業で成功するための“永遠のテーマ”のような時間とコストですが、いくつかのステップで簡単に両方とも解決できます」

という提案をします。

しかも、アンケートを書いていただいた方に、『コストを削減したいけど、何をしたらいい

か分からない方へ送る、最初のステップ』というものをご案内します。

物流の書籍には、必ず、「物流コストを削減する」という章があるはずですが。それをワードとかに、書き写します。もちろん、著者の名前や書籍名など出自も書いておきます。大事なものは、そこに自社の現場写真などを撮影してきて、それを何枚かワードに添付することです。

これをコンテンツにすればいいのです。

物流のコンテンツは、QCDに関するもの、すなわち、

- (1) 品質を上げる
- (2) サービスを良くする

そして

- (3) コストを削減する

だけ、用意しておけば、たいていの見込み客には使えます。大事なものは、「最初のステップ」と銘打っていますので、それぞれに3ステップずつ、書いておくと良いでしょう。

#### 頭をペコペコ下げる必要はありません

お客様を取るために、ペコペコと下げたくもない頭を下げて、何かお願いするのは今すぐやめましょう。頭を下げて集客をしても、いいお客様は集まりません。そうやって最初の立ち位置を間違えると、その後“数年間”雑用扱いを受けてしまうだけになります。

もちろん、売り込みだって一切しません。あなたが売り込まなくてもお客様の方から頭を下げて「アドレスをください」「ぜひ一度現場見せてください」と、集まってくるようになるのです。

売り込むのは2流3流の証です。そういう頭をいやいや下げるようなビジネスではなく、お客様から一目置かれるような尊敬されるビジネスをしたいなら、『最初の一歩』が立ち位置が重要です。長期的にお取引したいなら、なおさらです。

つまり、あなたはお客様のためにも、「アドバイザー」にならなくてはならないのです。

#### どうしたら売上が青天井になるか？

下請けや業務受託、業務請負は、お客様のビジネスを援助する素晴らしい仕事形態です。ところが残念なことに、すぐに収入の上限が決まってしまうのです。どんなに頑張っても、ある一定以上の売上げを上げるのは難しいのです。

それは何故か？わかりますか？私は分かっています。それは、リソースを売っているだけだからです。

そうすると、売上を上げるには、量をこなさなければなりません。リソースを大きくして、できるだけ多く投入するしかなくなるのです。そうすると、私のいた小さい物流の会社は、いつまでも日の目をみることはありません。

そこで、「憎まれっ子世に憚る」という存在になるには、最終的に、物流センターを自ら構築するしかあるまい、ということにしたのです。これが、今でいう、バックエンド商品です。そのために、「バックエンド商品を隠す」というのが、姑息なこだわりでした。

- ・まったくのゼロベースから、見込み客にアプローチする
- ・いくつかのステップを踏むだけで、見積もり依頼が来るようにする
- ・上記2項目を、短期間で達成する

ここから、私のマーケティングによる挑戦のはじまりとなります。

以上