

はじめのはじめに、何を考えるべきなのか？

『一点集中し、フォーカスをぶらさないために行うこと』

本当に大切なものっていうのは、1個か2個しかない

会社の営業部門って、どうでもいいことを結構たくさんやっているものです。接待とかはまだしも、“やる気だー”とか“〇〇〇〇作戦”だとかで色んなことをやります。例えば、“展示会に出店する”とか“インターネットを使って広告を打つ”とか。「誰かがそれを利用して上手くいった」という話をあちこちから聞いてきて、直ぐにやろうとするのです。

そればかりか、アメリカでは成功しているセールスの手法だとか、新しいメソッドでまだやっている人は僅かだとか、そういう話が情報として入ってきた時に真っ先に手を出す人がいます。「営業部門なんだからそうした新しいものをどんどん取り込もう」という心意気は買いますが、実際のところどうなのでしょう。

もちろんビジネスの頂上を目指す登山ルートは複数存在しています。物流展に出店して来場者の名刺を集める作戦も、インターネット・マーケティングも優れた手法だと思います。

ただし問題は、

- ・名刺はたくさん集めたけど、見込み客はどれだけ居るのか？
- ・それまで見たことも会ったことも無い人に、いったい何が売れるのだろうか？
- ・スピード感ある関係性の構築ができるのだろうか？

という点にあり、時間と労力をただただ消耗してしまう嫌いがあります。

これから新規ビジネスを立ち上げようとする人、あるいは新規に顧客を開拓しようとする人が、はじめのはじめに何をすべきかと言えば、

『あなたが今までやってきた経験をベースに、そこに一点集中して100%注力する』
という考え方を採ることです。

■フォーカス＝焦点をぶらして、色んなおいしい話に目を向ける人は絶対うまくいかない

- ・何故かっていうと、やっぱり1個1個に集中してる時間が短い。
- ・10個やってる人っていうのは、10個に意識を向けなくちゃいけない。
- ・10個の商品があったら、10個のそれぞれのお客さんの「現実」があるので、頭の中が

ごちゃごちゃになってしまう。

でも、1個しかやってないマーケッターは、そのお客さんのことだけを考えればいい。なので、とくに新たなビジネスを立ち上げた時はぜったい、一点だけに集中することです。

■マーケッターだけでは、本当の答えを導き出せない

- ・これを勘違いしてはならない。
- ・マーケッターは100%なのか。そうではない。最初から答えを知ってるわけではない。
- ・マーケッターの多くは過去にうまくいった経験があるだけ
- ・で、本当の答えっていうのは、お客さんしか知らない。お客さんが答えを持っているだから優れたマーケッターはお客さんの「現実=悩み」からスタートするのです

■ジャパネットタカタはどうしてるか

ご存知ジャパネットタカタは、テレビショッピングで家電品を売っています。

- ・そこでうまくいったからって、ヤマダ電機のように実店舗を持ったりしない
- ・でもヤマダ電機と同じ商品を取り扱っている
- ・しかも価格が高い
- ・それでも、成り立っている

なぜ成り立つのかと言えば、市場が違うからです。つまりお客さんが違うってことです。市場が違うのだから意識する必要がないのです、ことに価格なんて。

いくらで売るかなんて、テレビを見ている人にインパクトを与えられればいいのです。要するに、ジャパネットタカタとヤマダ電機は、同じ家電品を売ってはいるけど、ライバルではないのです。これがマーケティング思考というものですが、分かりますか？

- ・楽天と Amazon も同じ理論で、ライバルではない
- ・そもそも楽天ユーザーというお客さんっていうお客さんは、楽天しか見ない
- ・2つを比較しない

なので、マーケッターは自分が戦ってる市場はここだって決めたら、そこから出てはいけません。会社の事業レベルに引き上げようとするならば、今まで上手くいってる手法を確立させて、徹底的に続けるってことです。だから会社の事業の中をよく振り返って、一点集中して上手くいっている方法を見つけたら、それにフォーカスして一点集中で突破する道を選ぶことです。

■洞窟の水滴がポタッ、ポタッ垂れる～あの岩をも穿つ力



小さい水滴。指先で触ったら無くなっちゃうような小さい存在ですけど、あんなか弱いものでも一点集中して同じ所、同じ所を叩きいけることによって、岩をも砕いてしまう。

ところが、同じ量の雨では分散してしまうから、何も変わらない。変化を出せない。

成果につながらないのです。力が分散してはダメなのです

でもこれが同じ所に水滴がポタッポタッ、ポタッポタッと垂れることによって、穴が開いて岩をも砕いてしまうのです。弱い力であっても、繰り返し叩くことによって成果をあげることを忘れてはなりません。

■一発必中で当たるビジネスなんて存在しない

とは言え大事なのは固執しないこと。「集中すること」。「固執しないこと」です。

つまり、何回も何回も当たって砕けていく内に、微調整ながら精度を上げていくことです。要は一回でうまくいくことなんかないので、同じ所を何度も何度も何度も叩いて、改善して改善して、繰り返し繰り返しやっていくから、そのビジネスに成果が出てくる。

はじめばかりのビジネスはどうなるか分かりません。それなのに、いるんですよ。何かをやりはじめる時に「これ100%成功するんですか？ 保証はあるんですか？」って、訊いてくるくる人が。

そういう人は“現場”を知らない人です。

何故なら、世の中100%のものなんて絶対ない。あり得ないんです。

.....

以上が『一点集中し、フォーカスをぶらさないこと』という、常勝のマインドセットです。

繰り返しますが、われわれがやることは、

- 1・時間とコストを掛けずに
- 2・スキルもそこそこのままで
- 3・押し売り営業をせずに

実績を出すことです。

そのための第一歩は、マインドセット=考え方を固めるということです。

以上