

## これが外せない新規開拓の法則

### 法則 1：商品ではなく市場から入る

もっとも大切な考え方は、「どの市場に入るかで勝負を決める」ということです。これは、能力・才能・センス・品質などは一切関係なく、どの市場で旗を上げるかで、新規開拓は決まります。例えば、街中にあるマッサージ店を見てもわかるように、60分1万円の店もあれば、60分5,000円、60分3,000円というところまでありますが、マッサージという商品・サービス自体は同じです。

しかし多くの方は表示価格だけ見て、60分3,000円のマッサージと聞くと、「どうせ昨日入ったばかりのアルバイトでしょ。筋を痛めるよ」と判断します。が、実際に受けてみたお客様の感想によると、1万円店との明確な差はないということです。というのも、その価格を決めているのは技術や品質だけではなく、対応や雰囲気、もっといえば、安全やおもてなしの気遣いなども金額に反映されるからです。

つまり大事なのは、商品・サービスだけに新規顧客開拓の荷を背負わせないことです。機能や品質を向上させれば新規客を獲得できると妄想を描きますが、それが現実のものとならないのは、スタッフの対応やお店の雰囲気などで総合的にNGと判断されているからです。ですから、ここでのポイントは機能や品質から市場開拓を推進するのではなく、市場を先に決め、機能や品質はあとからレベル調整をして帳尻を合わせるということです。

### 法則 2：すでにある市場を見極める

では、どのようにすれば、具体的に月1,000万円の商品を作ることができるのか？それは、すでに「1,000万円の物流を請け負っているライバルが存在している市場を探す」ことです。ここが、最初のステップとなります。

しかしビジネスが下手な人はこの市場という概念がなく、いいものを作れば「高くても売れる」と思い込むフシがあります。ですが、品質と価格はイコールではありません。あなたが実績を持つフィールドに、月1,000万円の市場を見い出せるかどうかです。

以前本講義でお伝えした、私の知人でスペイン語教室をやっていた方は、語学ビジネスは生徒ひとりあたりの単価が30万円というのを、今では150万円でアカデミーを運営しています。スペイン語を学びたいという人たちに、スペイン語を教えるだけでなく、国際舞台で活躍できる通訳や翻訳の仕事をセットで紹介しているのです。つまり、スペイン語圏で働きたいという層にヒットしたということです。

### 法則3：感情を排除して市場を決める

市場決めをする際に、1つだけ注意すべきことがあります。それは、「能力」と「ビジネス規模」を天秤にかけてはならないということです。多くの人はここを混同してしまいます。そのため、月1,000万円という金額を聞くとブルってしまい「自分なんかが相手にしてもらえるのか・・・」とか「あのライバル社を蹴散らせるのか・・・」と弱腰になりがちです。

ですので、ここで押さえるべきことは、自分あるいは自社がビジネスを遂行できるスキルやノウハウあるいはリソースと、ターゲットとする顧客の物流要件もしくはライバルの事業規模は切り離して考え、市場決めをおこなうことです。とはいえ、「それができれば苦労しないよ」という人もいますので、その秘訣をお伝えすると、価格決めする際は、『感情を1ミリも入れない』ということです。

これが新規開拓に必要な最大のマインドセットです。つまり、自滅するな、です。未知体験のものは、何であれ、怖いものです。

人が新しい取り組みに怯えるのは遺伝子に組み込まれた本能的感情であるから、いくら考えても理解も納得も平静を保つこともできないでしょう。そうではなく実体験を通し、考えるのではなく慣れていくことで、その未知体験を当たり前にするのです。考えるのではなく、慣れることです。

### 法則4：ライバルのサービスを研究する

で、ここからは、感情的にも理屈的にも1,000万円市場を受け入れる具体的なステップをお伝えしていきます。2つのステップがあります。

- (1) ライバルのサービスを受け、自分の位置付けを知ること
- (2) ライバルの欠点を見出し、改善策を自社に反映させること

多くの人が、なぜ自分に自信が持てずに、不安を抱えるのか？というとき、比較対象がそもそもないことが挙げられます。ですから、不安という形で表面化し、見えない恐怖に支配されることになるわけですが、ライバルが提供するサービスを受けさえすれば、あーだこーだと考えることなく、ダイレクトに今の自分のレベルを知ることができます。

次に、ライバルのサービスを受けることで、嫌だった点や問題箇所が欠点として見えるようになるので、その解決策を自社に取り入れることで、ライバルに差をつけることができるようになるからです。ビジネス構成要素は、他社との比較です。ビジネスが下手な人はこの比較を考えることなく、自社の独自案だけで考えようとするからうまくいかないのです。

ですので、根拠のないプロダクトアウトで走ってはなりません。すでにビジネスを実践の場で回しているライバルを比較対象とし、彼らが満たせていない穴を埋める策を講じることです。つまり後継者が勝機を掴むには、マーケットイン体制を確立する以外にないのです。

## 法則 5：新規開拓に対する心理的なブロックを解放する

これが他社からお客様を奪う基本的な考え方なわけですが、あなた自身が 1,000 万円市場に打って出るという心の準備ができていなければ、胸を張り堂々と売り込むこともお金を受け取ることもできません。そこで、ここからは、あなたの新規開拓に対するブロックを解放し、1,000 万円市場に打って出ることのできる自分に変身するためのお手軽洗脳メソッドをご紹介します。

ちなみにこのメソッドは、私自身、会社に勤めていた現役時代、日常的に行っていた方法で、なくてはならない手法でもあり、やらないと逆に不安が脳に襲いかかるほどです。この方法を習慣化することで 1,000 万単位の新規開拓ことは簡単に感じるようになりますし、むしろ得ることのできない現実など忘れてしまうほどです。それだけ人間は、習慣化したものが現実となり、未来を変えるパワーを持っているということです。

では、あなたの苦手感覚を一気に変える方法をお伝えします。それは、「デスクの前の壁に、あなたの 1,000 万円市場を形成しているライバルとターゲットの社名を書いて、貼っておくこと」です。これが、あなたの恐怖を良い意味で麻痺させ、ご新規 1,000 万円を身近な存在に変えることができます。

## 法則 6：相手の願望を徹底的に叶える

今から 20 年ほど前、私がまだ会社勤めをしていた頃、〇〇銀行の新規開拓担当者から、月曜午前中に毎週欠かさず電話を貰っていました。私は経営的に判断できるポジションでもなく、財務担当でもありませんでしたが、その彼にしてみれば、倉庫や物流センターの新規開発を握っているキーマンとして、私の名前が彼のデスクの壁にピン止めされていたのです。そうです、前則のパワーのある手法は、その彼がやっていたことです。

しかし彼はそれをひねもす眺めていただけではありませんでした。私の会社が所有・管理していた営業所・事業所・サブリース倉庫の併せて 40 箇所を 1 週間で回り、その様子を私にいちいち報告してきたのです。そんなこと、私の直近の部下でさえしませんでした。

その週の月曜日に、私がつい「倉庫の周りとかの草刈りをしていないなあ」といった言葉を捉えて、相手方の願望を知り、それを意地でも達成する覚悟を持って走りまくったのです。やれることは、何でも行うという覚悟です。具体的な手段はどうしても、大切なのは「結果にこだわる」ということ、つまり私に報告をすること 1 点にありました。

私はとにかく驚きました。大切なのは、意欲と覚悟だと。なにより彼は、彼自身のビジネス人生を賭けて私に臨んでいたのだと知ったのです。

ついに彼は、自分の銀行が販売している法人向けの金融商品や融資の話は何ひとつもせずに、私の信用と信頼を勝ち取ったのでした。もちろん、実際の草刈りをした訳でもありません。ですがそれから間もなく、見事に取引銀行の座を勝ち取ったのです。 以上