

中小企業診断士

大野実雄

Jitsuo Oono

「価格競争から脱却せよ・価格を差別化にしたら、先行きはない！」
価格競争から脱却せよ・価格を差別化にしたら、先行きはない！

岐阜商工会議所専門家研究会
(ぎふ専研)

当研究会は岐阜商工会議所に登録している各専門家25名が研鑽を重ね、企業や事業支援の実践に役立てることを目的としています。

主な活動は、企業経営に関する法律、税務、財務、販売、事業承継、ITなどの事例を通して各専門分野からの意見や提言を行い、企業最適化を図ることです。

競争力を高める方法はいくらでもあるのに、日本企業は「価格競争力」に走りすぎている。多くの業界において価格は下落する一方で、中小企業のコストダウンは限界である。意を決して価格競争の

渦から抜け出さなければ、企業は深刻な危機にさらされる。脱却は容易ではない。一時的な売り上げ減など、ほとんどの場合は痛みを伴う。企業(経営者)に、その痛みを受け入れる覚悟はあるか。価格

競争脱却の成否はほぼそれで決まる。価格は長期的な視点に立たないと、目の前の現象だけに固執すると永遠に価格に悩まされる。価格競争と決別し、不毛な価格競争から抜け出し成功した多くの企業の決断を「9の切り口」にまとめました。価格対策のヒントにしてください。

3
ブランドを磨く
こだわりをもつことで企業のイメージを高め、差別化する

6
海外で売り込む
東南アジアでは中産階級が急増しているのでチャンス

9
販路を変える
大手得意先の価格主導から逃れ、ネット経由で直接販売する

価格競争脱却のヒントを探る

9の内容から複数を「組み合わせる」ことで、より効果が増します。(上図参照)

1 ターゲットを絞る 地域や顧客層を絞り込む	2 ニッチ市場を作る 小さな誰も手につけない分野も視野に入れる
4 強みを宣伝する ここまでやるの...とことん顧客満足に徹する	5 売り方を変える 24時間対応や富山の葉売りのような斬新・極端な売り方
7 市場を変える 自社の強みを別の新しい市場に持ち込み突破口を開く	8 価値を転換する 固定観念を捨て顧客目線で商品やサービスを見直す

安売りは最も簡単で、最悪の戦術

安ければ売れる、安くしないと売れない、どこよりも安く売らないといけない。これで利益が出せるはずがない。デフレ、安売りという大きなトレンドに飲み込まれてしまうと、経営者は思考を止めてしまう。

安売りは最も簡単で、最悪の戦術です。何ら努力を要しないから

安売りが継続することになる。なぜ、安売りは危険なのか...: その場その場の一瞬の売上を伸ばすことができ、儲かっているという錯覚をするからです。

価格競争は売る側の怠慢!

顧客は、いったいどんな商品を選んでいいのかわからない。だから、価格の安いものを選ぶ。なぜなら価格は最も分かりやすい購買

価格が先でない...価格は最後

顧客に先に予算を聞くから、価格のみの商談になってしまう。これは自ら商品の良さを伝えることを放棄している。顧客には予算や財布の重さを尋ねないことが大切。まずは顧客メリットや使用価値を顧客目線で顧客のコトバで伝え、顧客価値を理解・納得の上で購入していただく。納得したならば価格は最後に提示する。価格は市場や顧客が決めるのでなく、売



大野実雄
おおの じつお

プロフィール
中小企業診断士・社会保険労務士・販売士
メーカー、コンサルティングファームを経て事務所開設。「変化には変化でしか対応できない」を企業支援の基本にしている。著書に「売れるように売れば必ず売れる」「働き方・生き方こころの軸」などがある。