ぎふ専研レポート

売れるように売れば必ず売れる⑭

「多面的な観方（みかた）」

中小企業診断士 大野 実雄

❶ 顧客の信頼を得るには（信頼なくして継続はない）

◎見る：視界に入るもの／視る：凝視／観る：観察（全体）

●『論語』に「信無くんば立たず」という名言がある。これは、孔子の弟子が政治のことを尋ねたときの話しだ。孔子は、「政治とは、食料（食）を十分にし、軍備（兵）を十分にして、人民に信頼（信）を持たせることだ」と答えた。すると弟子は、「どうしてもやむを得ずに捨てなければならないとしたら、この三つのうちどれを先に捨てますか？」と尋ねたという。そこで孔子はこう答えた。「先ず、軍備を捨てる。その次に食料だね。食料がなければ人は死ぬが、死はだれにでもあることだ。しかし、信頼感がなくなってしまっては絶対にだめだ。（いにしえより皆死有り。民・信無くんば立たず）」と

❷ 人はクレーム文章に目がいく!?

①短所や欠点は「左脳」により、多くを文章や言葉で言語化することが可能である。…ということは、事実というより作文された場合が多い。

②「ほめる」ことは「うれしさ」「感激」「感動」のように、感情などで左右され「右脳」で感じる。つまり、言語化が難しく、文章としては短い言葉で「良かった」「ありがとうございました」「次も買いたい」となる。

③クレームは詳細に長い文章が多い。つい、クレーム文章に目がいきがちである。しかし、ほめ言葉は真実の瞬間であることを確信したい。

❸ 営業（事務を含む）の仕事の進め方

①先にIT化でない

・本来のIT化とは、仕事のやり方を変えること

・仕事を変えないでIT化すると失敗する（ムダが隠れてしまう）

②最高の管理は「目で見る管理（見える化）」

・組織における個人の仕事を整理し優先することを明確化するとともに同じ職場で働く同僚がその情報を共有化できる仕組み（例：顧客進捗ボード、受注～納品ボード、業務優先度表、成功事例表など）

③事務作業のムダは見えにくい

・書類の数を総点検する（書類に追われて営業活動に支障があってはならない）

④貢献が先か、教育が先か？

・「研修（教育）に行っている暇があれば、売上に貢献しろ」

・目先を見るか、長期的に観るかの違い

⑤市場競争は個々の企業間競争から、サプライチェーン全体の競争になってきた。サプライチェーン：顧客―小売業―卸売業―製造業―委託先・外注先・部品・資材業者等の企業内、企業間における供給活動の連鎖構造。

サプライチェーン・マネジメント：不確定性の高い市場変化にサプライチェーン全体を機敏に対応させてダイナミックに最適化を図ること。

・企業間の経営システムや日常業務の変化を組み合わせることで、結果として競争上の優位性が確保でき簡単に他社にマネされることはない。

⑥人の仕事の位置づけ

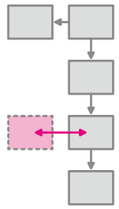
(1)人は一体感を求めている(2)人は今よりもさらに意義深い生活を求めている(3)人は時間の使い方を見直そうとしている

❹ 顧客が望むものが顧客ニーズか？

①顧客が自己の真のニーズを知らないケースも多い。ある物が欲しいと言っているが、その物の機能や効能がわからなくて欲しいと言っている場合もある。何が困っているかを明確にしてあげることも顧客満足度。松下幸之助氏は「商売とは、お客さんの「困ったこと」を解消してあげて、お金をいただくもの」と言っている。

❺ 売れる「特効薬」は効き目は「浅い」

①経営（営業）の方法とは、働く人々に、1人では不可能なすばらしい仕事…つまり、大きな成果の上がる仕事ができる「仕組み」を提供し、働く人はその仕組みの中で、自律的に学習をし続け、成長への動機が与えられること。「売れる特効薬」は効き目も短い。一方、「売れる仕組み」はそうした緻密な作業の結果であり、だからこそ、会社に大きな利益を継続的にもたらしてくれる。



❻ なくてはならない企業（店舗）になる条件

①社会に貢献していることが認知されている。

②顧客に貢献している（役立っている）ことが実感として認識されている。

③その企業（店舗）がなくなると多くの人が困る企業になる。困ることがその企業の存在価値であり、強みである。

④市場（環境）変化に合わせ、顧客目線と現場目線からとらえた仕組みに限界が見えたら変えていく。

⑤当たり前のことを徹底的にやり切る仕事への構えを、組織ぐるみで風土として創っていく。部下を使うという風土は、部下が使われているという意識を持つと、上司から指示されたことだけで済まそうとして、失敗した場合も責任を感じない。自分が動くという（動きやすい）風土は、部下も経営の一端を担って動いているという意識を持つと、寝食を忘れて全力を尽くして成果を上げることになる。

⑥企業の「最高の経営資源は人」であるならば、人を最も削減すべきコストであるという考え方を改めなければならない。人材（材料：コスト）から人財（財産：資産）への転換。

＊本文とは異なる説もありますのでご了承ください。
＊イラストはイメージです。

大野（おおの） 実雄（じつお）
中小企業診断士・販売士

●プロフィール
メーカー、経営コンサルティングファームを経てオオノ経営労務事務所開設。「変化には変化でしか対応できない」を企業支援の基本としている。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」「勝つ企業」等がある。