



マーケティングを学ぶ①～すぐできることをやる



マーケティングというのは何となくは知っている程度です。実際はどのように行うのでしょうか。まず「明日勝つ」ために動くことが重要です。中小企業のマーケティングでのポイントは大きく2点です。今回から2回にわたり、ポイントをお伝えしていきます。

すぐにできることをやる

マーケティングや販売戦略を考えていく前に、まず前提を押さえておかなければいけません。

半年後でなく、「明日勝つこと」

極論から言うと中小企業では「明日勝つこと」が求められます。どんなに素晴らしい戦略でも効果が得られるまでに時間や費用がかかるようでは相応しい戦略とはいえません。つまり、半年や1年を要する戦略は時間的な余裕がある規模の大きな会社でないと効果を出すまでに負担がかかりますから、中小規模の会社では難しいですね。

商売で重要なことは、いかに自社から買ってもらうかです。資金をつぎ込んで、すごい販売システムを作ることではありません。マーケティングとは簡単に言うとサプライズを与え続けることであり、注目を浴び続けるための工夫のことなのです。それが店舗で行うものなら、目の前に人をいかに引き込めるかが重要です。

例えば地方の洋品店となると、ローカルな範囲のお客さまが大半となります。5～10年もするとお客さまの高齢化が進み、お客さまの入れ替わりが進みます。現状維持という考え方では、売上は徐々に厳しくなっていきます。大手の量販店とは違い、価格を下げるだけでは自営の洋品店では立ち行かなくなってしまう。そういった意味でもマーケティングをしていくことは不可欠な要素です。

そのため、とにかくすべてにおいて社長自身が工夫と努力を惜しまないことが重要です。売上を伸ばしていくためには、お客さまが当初買いたかった商品にプラスしてもう1点商品を買ってもらえるような工夫が、売上の底上げに繋がります。ベースとして自分自身も含めたスタッフ社員に接客のマナーを再度徹底し、身に付けていくことも重要です。

次回は「関心を集める」についてお話しします。

株式会社インソース より