

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「種まき」

先日、あるお客様との会話の中で、こんな話を伺いました。「現状と同じやり方でいこうかと思ってる」「現状維持なら上等では?」。何かと難しい今の時代。現状維持でも厳しいと思う事があります。以前、現状維持ではダメだと会社員時代の社長から教わりました。

お客様は年間、20%から30%という割合で離れていってしまいます(顧客離反率)。要因は、自社のサービス低下、商品クレームへの対応、顧客フォローをしなかったため忘れられてしまった、自社の魅力が不足して他社へ移ってしまったなど自社の問題をキツカケには離れてしまうケース。移転や廃業、自社の扱う商品やサービスを購入する必要がなくなるなど、お客様側の要因で離れてしまうこともあります。

もうひとつの大きな要因として、競争相手が自社以上に努力をしている、ということがあります。自社が他社には無い商品やサービスを扱っているのなら良いのですが、多くの場合、他社と同じようなモノを扱っていますので必ず競争となります。競合他社が自社以上に顧客を獲得する努力を行っているという理由も顧客が離れてしまう大きな要因であると思います。

その他にも要因はあると思いますが、「現状維持」で動いていると、必ずといっていいほど時間とともにお客様は減少し、売上も減っていきます。お客様の入れ替わりは顧客データや決算書などで、以前と今を比べれば一目瞭然ですし、数年間のうちに変化があったことがわかると思います。

そこで、新規事業や新しいお客様との出会い、仕事に結びつける「未来へのための種まき」が重要になります。どこに、種をまいていくのか、どのようにまいていくのか? 既存事業の種なのか

新規事業の種なのか、どちらにしても、その目的は未来のお客様に潜在的なお客様を獲得していく重要な活動となるはず。種をまかないと実がなりません。まいたからといって、その種がすぐに実になるとも限りません。今日の行動で翌日、実をむすぶこともありますし、2年後や3年後にやっと熟成して実になるということもあります。時には日々の忙しさに追われ、間を空けてしまいうちで鳥(競合)に食べられてしまう事もあります。一般的にビジネスの世界では「種まき」活動は見えにくいため、見やすい「収穫」が評価されます。種まきと収穫をバランスよく行っていく事が大事だと思います。

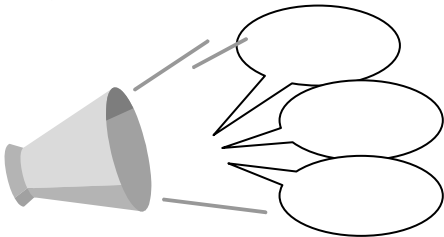
繰り返しになりますが、お客様は日々減少します。競合他社は自社以上に努力しています。にわとりと卵ではありませんが、先に種をまかない限り実はありません。どんな種を、どこに、どのようにまくのか? 収穫までの道のりは長いかもしれませんが、地道な種まきで自身、小さな成功体験をしています。(自分のまいた種で実になったときは嬉しく、またおいしいものです。)

今後も、新種の種を開発し、場所の違う、異なる畑を探し出して種をまいていきます。同時に既存のお客様との結びつきを強化していく動きもしっかりと行っていきたくと考えています。

ご案内

ユーザーへのアピール、
足りていますか?

もしかしたら、貴社の情報が届いて
いないかも…!?



そうと思ったらラップ東京へどうぞ。
お気軽にご相談ください!
TEL: 042-349-3535

■ラップニュース読者の皆様へ。
ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。

<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますのでよろしかったら
ご意見をお聞かせください。