リニューアル版
ラップニュース
VOL. 164
2016.11.1
発行：ラップ東京有限会社
http://www.raptokyo.co.jp/
（無断転載厳禁）

◎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

「マグロの価値」

先日、ある百貨店に行きました。いつもは、近所のスーパーやホームセンターなどで買い物をしていますから、百貨店といわれる場所はやはり高級な印象があります。実際、ネクタイ一本、ハンドタオルひとつとってみても、ちょっと高め。しかし、これは価格に限ってのことであり、自分の価値で考えてみたら、さほど高くないと思うものもあります。例えば、ブランドのバックはあまり興味のない自分にとって金額が高いと感じるけれど、いい色をしているおいしそうなマグロは「そのくらいの金額はするよな」と納得できる、といった感じです。自分の持っている価値が価格を上回れば、人はその商品を購入します。その上回っている度合が高ければ高いほど満足感もアップするそうです。

物販ではなく、サービス（旅行や家のリフォーム、車の修理など）も同様の考え方ができると思います。一杯１，０００円のコーヒーを売る喫茶店は、コーヒーはもちろん、その空間を売っていると言います。座り心地のよいソファ、静かな店内。お客様は、その時間に１，０００円以上の価値を感じて利用しています。

価格が高くても売れる、いままで売れ筋だったのに売れない。最近は、価格よりも自分の価値を優先する考え方の人が多くなり、以前のように安いから、良いものだから、という理由だけでは売れにくい時代になりました。新規のお客様と既存のお客様とは異なりますが、自社の商品やサービスがすべてのお客様の価値に合い、満足させることができる、というのは困難なことです。大手なら万人向けのラインナップを提供できますが、中小ではそうもいきません。ある特定の狭い範囲でも自社独自のモノやサービスに価値を見出してくれる、支持してくれるような顧客層（ターゲット）を探しだすことが重要だと思います。

一度、自社の商品やサービスがどのような価値をもったお客様に購入していただいているのか、分析してみるのはどうでしょうか。同じサービスでもお客様の受け取り方は様々です。

当社の話ですが、少々、不得意に感じていた仕事だったため、あえて積極的な営業をしていなかったことが、実はお客様にとっては期待していただいて、お役に立てることがわかりました。他にもそのようなことが無かったか、自社が考えていることとお客様の理解が一致しているか、などをあらためて検証しているところです。

お客様から「こんなことはできないの？　こんなものは置いてないの？」と言われると、つい、商品やサービスの幅が大きくなってしまうことがあります。お客様の要望に応えるというのはとても重要なことですから、それに応えたいと思うのは当然です。が、そのときにお客様の考えている以上の価値を提供することができるか、確認する必要があると思います。新たな顧客層を見つけるチャンスになるかもしれませんし、少し大げさですが、経営資源が分散される危険性もあります。

同じような商品やサービスはネットで検索すればすぐにヒットする時代。どうすればお客様の役に立てるか、価値を提供できるのか、自社と他社は何が違うのか、常に考えておく必要があると思います。

ご案内

販促支援グッズでお客様にアピール！

イベント、お客様へのノベルティなど貴社オリジナルの支援グッズ制作します。

※ラップニュース　バックナンバーも
　ホームページからご覧いただけます。
※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。

今後ともどうぞよろしくお願いします。

ラップ東京　検索