

◎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

「猛暑のおでん」

例年にならない猛暑といわれた今年の夏。8月にも関わらず、コンビニでおでんが売られていたのをご存知でしょうか。冷やし中華やアイスコーヒーにばかり目がいついていた私は新聞の記事で気づきました。販売開始時期は店舗にもよるようですが、あるコンビニによってはセールまでやっています。こんなに暑いのに、おでんは本当に売れるのでしょうか。

コンビニのおでんは、9〜11月がもっとも売れるそうです。その理由はこの時期は気温差が激しく、急に寒く(涼しく)なったりするからだそうです。また、冷房が効いている部屋にずっといることで、温かいものが食べたいというニーズもあるとか。どこにいつても空調が充実していますから、冷房のついた部屋でおでんを食べるといいう新しいライフスタイルも誕生しました。コンビニでは過去のデータやマーケティングにより、売れる仕組みづくりを実行しています。さすがが大手です。

先日、あるお客様から仕事の依頼を受けました。昨今の今頃もお声かけいただいたもので、「本当はこちらから、提案すべきだった」と反省しました。急いで、おでんの準備をしても、味が染みず、おいしいものが提供できない、結果、お客様の要望に応えられない事態になります。当社の商品は、おでんではないですが、考え方は同じように思います。当然マーケティングは無計画では行えません。

マーケティングで重要なのは、自社の商品やサービスからスタートするのではなく、お客様からの目線、要望であるということも「猛暑のおでん」は教えてくれているように思います。お客様の要望を的確にとらえて、お客様の満足するものはもちろん、その必要性に気づいていないものさえも提案出来れば、お客様も

自社も良い結果になると思います。しかし、日々のやることに追われ、重要なことを後回しにしてしまいがちです。夏休みの宿題と同じですね。

今すぐに売らなければならない商品やサービスに力をいれるのも大切ですが、数カ月後、数年後のことを考え、準備しておくことも必要です。そのためには、今すぐに売らなければならないものを買ってくれたお客様からヒントをもらうことはできないでしょうか。直接、聞くことができればいいのですが、多くのお客様に聞くことは難しいと思います。「もうやっているよ」といわれてしまえばいいのですが、やはりお客様アンケートが有効です。業種やサービス内容、規模によりアンケートの内容は変わってきますから、自社でその内容や仕組みを考えることが必要だと思います。おそらく、ヒントは日々届いているはずですよ。すこしずつ分母を増やしていければ、大きな財産になるのではないのでしょうか。

お客様が必要としているモノやサービスは何か？
マーケティングは売れるしくみづくり、お客様のことを理解し、商品やサービスがピタリと合ってひとりでに売れてしまうようにすること、と言われています。まずはお客様のことを理解し…、コンビニのおでんはまさにその成功例です。

まずは自社で出来るミニマーケティングからスタート。途中、滞ってしまったら、いつも売れる仕組みづくりを目標に、考え行動するようにして再スタートすればいいと思います。

ご案内

低コストで高機能な
簡単更新プログラム

簡単更新くん

簡単更新くんは用途に合わせて、御社のご要望にあわせてシンプルに作成します。だから、使わない機能は当初からありません。誰でも迷わず更新できます。

ラップ東京

この件に関する問い合わせ
ラップ東京株式会社
TEL:042-349-3535 (担当: 田島)

※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。
※ 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。
<http://www.raptokyo.co.jp/>