



リニューアル版 ラップニュース

VOL.224

2021.11.1

発行：ラップ東京株式会社

<https://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

「もっと知りたい」

コンビニやチェーン店のレシートに「アンケートにお答えいただければ〇〇円引きクーポンが当たります」と記載してあるものをみかけます。私の場合、以前からアンケートに興味があるので、よく、そのようなものが気になるのかもしれませんが。ネット上ではアンケートの収集が簡単になり、様々なところでアンケートをみかけますが、お客様のことを知るきっかけのひとつとして活用しているのだと思います。

以前、会社に勤めていたころは、「顧客カード」という管理カードでお客様を管理していました。最近はずラウド管理が多いようです。私の場合は、お客様が「法人」だったので、その会社の特徴、何をやっているのか、困っていることは何か、担当者の趣味嗜好まで記入する欄がありました。お客様のことはよく知っておく、が必要だったのだと思います。

話は変わりますが、インターネット上は匿名のメールアドレスがありますがそれでもありません。個人を特定しないまでも、誰がどんなホームページを見ているのか、興味を持っているのかなどデータを蓄積していますので、相手は自分のことを知っています。皆さんも経験があると思います。ネットをみてみると自分の関心があるような広告が表示されることがあります。データから効果的な（興味がありそうな）広告が表示され、つい、触発されてクリックしてみたり、購入してしまうわけです。現在は、AIに収集されて分析されているので、自分の行動がAIに支配されてはるようであまり気分のよさなもので

はありませんが、結局のところ、ネットで検索をしてしまうので致し方ありません。

ドラッカーの言葉に、「われわれの製品はこれだ、ではなく、顧客から出発する」というものがあります。マーケティングは、顧客が価値ありとし、必要とし、求めるものを追求する。「われわれは何を売りたいか」ではなく、「顧客は何を買いたいか」を考え、おのずから売れるようにすることである、と言っています。お客様を知らない限り売れない、ということなのだと思います。

昔の話ですが、ネットでトラックを販売したいというお客様の案件を受けた際、そのお客様の商品を買うお客様とはどういう人なのか、使う人はどういう人なのか考えました。そこで、トラックが集まるところ、夜間の高速道路のパーキング数か所へ行ってみました。そして、片っ端から声をかけ、いろいろ質問をしたことを覚えています。みなさん、いい人で参考になる話が聞きました。今思うと、ターゲットがあっただけなのか？ 少々疑問に思いますが、その時はそれしか思いつきませんでした。

お客様を知ろうとしたそのときの経験は今でもよく思い出して、お客様を知る重要性を改めて認識します。

ご案内

簡単更新くん

更新したいページを簡単に

更新できる

「簡単更新くん®」

簡単らいんちゃん

つながりたいをサポートする

「簡単らいんちゃん」

【問い合わせ】

ラップ東京株式会社

(担当：田島)

TEL: 042-349-3535

FAX: 042-349-3536

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。 <https://www.raptokyo.co.jp/>

