



リニューアル版 ラップニュース

VOL.225

2021.12.1

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

「損して得取れ」

先日、小田急線が子ども運賃を来年の春から全線 50 円にする、というニュースが話題になりました。鉄道収入の減少幅は大きいようですが、家族が暮らしやすい環境を整備し、沿線に住んでもらうことで別の利益を見込んでいるようです。

週末前に入ってくる折込みチラシで、つい、見てしまうものがあります。大手の中古車販売会社のチラシなのですが、「どなたでもエンジンオイル 1リットル 100円」が気になります。オイルの原価は品質によって違いがあり、実際は安いのかわかりませんが、何となく、他社と比べると割安感があります。諸条件があるようですが、オイル交換をキツカケに、次の車検やチャンスがあれば乗り換えを提案しようということだと思えます。小田急線と同じ、「損して得取れ」です。

顧客を集めることが目的の商品をフロントエンド商品というそうです。新規のお客様のハードルを下げ、不信感を払拭し、まず使ってもらうことを目的とします。バックエンド商品は、利益を得るための本命商品のことです。これを購入してもらうことで、「損しても得を取った」といになります。

フロントエンド商品は、「安い」ものでなければいけないのでしょうか。小田急線の子ども運賃 50円も 100円のオイルも価格のインパクトは強いですが、そのサービスを受けてみよう、と背中を押してくれるようなものであるように思います。購入するとき「失敗するかも」とか、

「後悔しそう」とか思うことはありませんか？ フロントエンド商品は、「この金額でここまでのサービスなら試してみようか、この内容ならまあいいか」と思わせることができれば次のバックエンド商品につながる可能性があります。業種にもよりますが、自社にとってフロントエンド商品、バックエンド商品は何か？ どうしたら結び付けられるか、どのようなお客様にフロントエンド商品を買って欲しいのか？ を再度、想定しておくことも良いと思います。

「損して得取れ」の類義語に「負けるが勝ち」というものがあります。争わず相手に勝ちを譲ることで、結果として自分の勝利に繋がるという意味で、争うことなく相手の思いを受け止めて関係を良好に保つことで、結果として自分の勝ちになるということだそうです。お客様に対してはもちろん、その他の人間関係においても、いつも、そうであるように心掛けたいのですが、これがかなり難しいです。

冒頭の「大手の中古車販売会社」のオイル交換は、安く提供する代わりに新規のお客様は車検証の提示が必要と記載がありました。大幅に値引きをしても、新規のお客様 1 件の情報を入手することができ、金額以上の「得」を得ているのかもしれない。

ご案内

簡単更新くん。

それほど高機能ではなく、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」

【この件に関する問い合わせ】

ラップ東京株式会社

(担当：田島)

tantou@raptokyo.co.jp

2021 年も大変お世話になりました。来年もラップニュースをよろしくお願いします。

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。

