



リニューアル版 ラップニュース

VOL.240

2023.3.1

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

「変化球」

以前、自動車のキズへこみ修理を行う業者の方より集客について相談を受けたときのことです。「うちの商品（サービス）はこちらからいかがでしょうか？ とはいにくいんだよね。」とお聞きしました。なるほど、お客様の車が傷つくのを待っているように思われてしまいそうです。最近、よく見かける折込チラシに、葬儀場（葬儀屋さん）があります。こちらにも、先程の自動車屋さんと同じ感覚でいうと、身内の誰かが亡くなったらどうぞ、というような雰囲気が出てしまっています。私が思うに、このような「形」がない商品やサービスで、個人の領域に入ることになるようなものは、余計に売りにくいように思います。

直接、需要を獲得しようとする、何となくアピールしにくい部分もありますが、直球ではなく、変化球で考えたとそうでもないかもしれません。変化球とは、まわりくどく、少々、面倒なことです。変化球を効果的に使って、お客様の困っているときに自社を思い出してもらう、そのための活動が非常に重要だと思います。

うちの会社は「モノを売って なんぼ」という、直球だけを投げってくる方もいます。もちろん、最終的に購入してもらうために、様々な営業活動や広告活動を行っているわけですが、お客様のニーズも多様化していて、情報があふれている現在では思うようにいかないこともあります。直球だけでは、すぐには売れません。

私の手帳に「マーケティングの理想は販売を不要にすること」という一文があります。顧客を理解し、製品とサービスを顧客に合わせ、ひとりでに売れる仕組みをつくる、という考えです。それには自社の製品からスタートしないで、お客様の現実、欲求、価値から考えよ、と書いてあります。「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問う」とあります。

先ほどの売りにくい商品も、お客様は何に困っているのか、何を買いたいのか、知りたいことは何かを、考えることが重要だと思います。自社を知ってもらうチャンスはホームページなどがありますので、地道にPRしていくのが良いと思います。ブログや施工事例、トラブルシューティングなど自社のユーザーではない人にも役立つ情報を発信していくなど、弊社のお客様にお勧めしています。すぐに結果はでませんが、ボディーブローのように段々と効いてくるはずで、と。

当社も、お客様に自社の扱っている商品やサービスを伝えきれていないと感じています。今回のラップニュースで、改めてそれに気づくことができました。さきほどの、「マーケティングの理想」の一文をより理解し、実践していくことが目標です。

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」
(まもなくオープン)

【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)
TEL: 042-349-3535

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/>

