

金子商会はお客様へ
セロを提案
・在庫コスト セロ
・現場待ち時間 セロ
・現場の不満 セロ

今月のオプス×書籍

『会社にお金が残らない本当の理由。』

「みんなやっている。そうしないとお客が来なくなる。」
「じゃあ自腹行儀です。」

高いお金を払ってくれるお客さんとあまりお金を出してくれないお客さんどちらが好きでしょうか？

当然ですが、高いお金を払ってくれるお客さんの方が好きははずです。

そうすると、そういう好きなお客さんとはいい関係が作れるに決まっています。逆に安いお金しか出してくれないお客さんとい関係を作るのは難しいことではないでしょうか。

なぜ、私たちはスグに安売りを考えてしまうのでしょうか？

「安くしないと売れないと思うから」

本当に売れないと思うからでしょうか？それはきつと違うでしょう。

「努力する必要がないから…」

というのが本当の理由でしょう。

価格を高くすることは、自分「ストレッチをかけることです。」

価格を高くしたら、まずは安い価格よりも売れづらい。さらにお客さんの期待度も高まります。特にこのお客さんの期待度は大変大きなファクター（要素）です。

あなたは、「コンビニでは不満を抱いたことはないでしょう。でも高級レストランではあるはず。これは期待度がちがうのですから当然です。誰もコンビニで平均以上のサービスなんか期待しません。だから、店員が少しグズでも文句を言うこともない。でも、非常に期待が高いのに、思ったサービスが得られなかつ

営業時間 祭日も営業中！

月曜日～土曜日 朝八時～夕方五時
祭日 朝八時～十二時
祭日の配達業務は行っておりません
日曜日は休業日とさせていただきます。

たらどうだったか。顧客満足は生まれてしまったか。

中小企業で顧客トラブルが起きているときのパターンは決まっています。そして、トラブルが起きたとき、社長や担当者は必ずこう言います。「こんな金額じゃ、ここまでできないよ」

だったり、最初からもらえばいい、これが結論です。

それができないならビジネスはやめた方がいい。

もう一度言います。

戦略なきままの安売りをするべからいならビジネス自体やめればよい。

そして、自分の商品やサービスに高い根付けができないのは単に自社の提供物に自信がないことの表れでしかありません。結局、中小企業の明暗はほとんどがここです。

マーケティングのうまい下手が一番企業業績を決めているように思われがちですが、実はそうではありません。企業業績を決めている要は価格です。そしてその価格を決めているのは社長の挑戦する姿勢の有無です。これは十年間多くの中小企業と付き合ってきた私が思う結論です。実は、戦略でもマーケティングでも財務リテラシーでもありません。

価格がすべてです。

フォレスト出版『会社にお金が残らない本当の理由』より

税理士 岡本史郎著

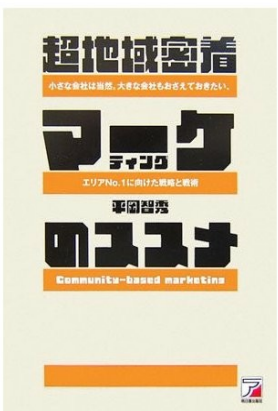
非常に勉強になります、この本を読むのと一緒に、次に紹介する本もオプス×です。

和歌山の平岡水道設備という、会社の若社長さんが書かれた本です。

平岡水道設備さんは、従業員が七人ほどの小さな水工屋さんですが、なんとイナックスの設備販売リースで2年連続県内1位を獲得。個人商店では関西で一位だったそうです。その秘密はどこにあるのか、興味深いですね。

もう一冊

『超地域密着型
マーケティングのススメ』



人口3万人に満たない、ど田舎の社員7人の会社が、関西で一番のイナックス販売店になった理由

「そこまでするかあ、」というような事例が書かれています。とても勉強になります。一文引用させていただきますと・・・（肝心なところは伏字にしています。自分ならどう答えるのか少し考えてみましょう。）

私は施工前に、「おじいちゃん、これどっちの向きが使いやすいですか？」と尋ねて、要望を聞きます。ここまでは誰でもやることですが、私はこのときお客様のいう内容だけでなく、その答え方にも気を配っています。

例えば横が良いという方の言い方が「〇〇に決まっているじゃないか」という感じの〇〇型なら〇〇だけ、「うーん、〇〇じゃないかなあ」と〇〇しているようなら、〇型と同時に、〇〇な〇〇も付けるような提案をする、というように、場合によって変えるようにしています。これは別に売上アップを考えているわけではありません。予算があるならメーカーを買って手ごろな価格のものを探せばよいのです。

私が言いたいのは、ただステレオタイプの手すり設置工事をやって、こちらが勉強して学んだとおりに施工するのがいつも正解というわけではない、ということ。手すりが必要な状態の人に「この部屋の雰囲気の手すり

合わない、そんなものは取り付けるな」と言われ、手すりと同じ高さに合わせると〇〇の〇〇で〇〇を損ねないようにすることも出来ませんでした。

「私は〇〇の高さにある手すりが持ちやすい」と言われれば、他の家族に了解を得てその場所に取り付け、おばあちゃんが機嫌よく使える空間にすることに成功したこともあります。

もちろん、時には「わからないから任せよう」と言われ、マニュアル通りの位置に取り付けることもあります。

しかし、マニュアルは平均値の話ですから、お客様が納得してくださるようには、〇〇〇は、いつでも持ち合わせたいものです。

というようにことや、他にも、

「利益を上げる方向に向いていない会社はどこかで考えがゆがんできています。明日に繋がる今日の損、などと言っているだけでも笑ってはいけません。」

例えば、見積書を提出して「ウチは安いでしょう」と我慢気に利益を取っていないことをアピールするのはなく、「ウチはいい線でしょう」と言えるスタンス作りをしてください。

それで利益を取っていると言っている文句を言う相手なら、そもそもこちらに利益を無くせと言っているのですから関係を考えた方が良いでしょう。安易な安売りをする前に、売り手ができることはたくさんあります。キャンペーンなら安売りしかない、と考えるのではなく、次に紹介する様々な方法を試してみてください、私が使っているその手法には、以下の七つがあります、その方法とは・・・

明日香出版社、
平岡智秀著（税別14500円）

金子商会では月に1回の予定で、勉強会を開こうと考えています。

内容としては、先の書籍でも紹介されていた七つの方法についてや、お客様を集めるための知識、値引き競争に巻き込まれない方法、お客さんを見つけた方法などを予定しています。ご案内は後日いたします。

のり日記

今月号から、紙面のデザインを変更してみました。この金子商会ニュースも発行を始めてから、三年が過ぎました、石の上にも三年ともう3月、やっとスタートなのかなと思います。

始めた頃に生まれた長女も、速いものでもうじき四歳になります。光陰矢のごとしと申しますが、年月の過ぎるのは本当に速いものです。また親になって自分の親に対する感謝というか、そういうのがわかってきます。

親になって初めてわかる親心と申しますが、本当にその通りですね。

最近、「論語」や「般若心経」「方丈記」「歎異抄」などのいわゆる古典を読むように心がけています。

変化の激しい時代のようですが、人間の本質的なところは変わっていないのだと思います。商売の本質も基本的には変わりません。

何よりも顧客第一ということを忘れずに、営業活動をしていきたいと思っています。

金子商会ニュースでは、お客様に役立つような本の紹介や、営業するときの「ネタ」になりそうなことなどを紹介できればいいなと考えております。ホームページの作り方なども紹介していこうと思っております。

金子商会代表 金子義亮



父の日ということで、長女と次女からお祝いのプレゼントをもらいました。

