

細ちゃんの独り言 1号(H15.5.2)

昨日の夜、

WBS(ワールド・ビジネス・サテライト 12チャンネル11時より)を見ていたら、SARSやテロにて大変な業界の近畿日本ツーリストの「新しい試み」を特集でやってみました。

なるほど・・・納得・・・と感じました。

そうだよなー。

これからは、顧客を育てるビジネスをしないと、生き残れない!

顧客をファンにするとは、こんなことだなあーと・・・

どんなことか? と言いますと、

近畿ツーリストが主体となって、(ほとんどボランティア奉仕)サークル活動を展開している。

例えば、宇宙旅行研修会やダンス倶楽部、フランス語会話、などなど・・・

約1000のサークルが全国であると。

担当常務が言っていたのは、これからは「価値」を売らなければ、お客様は満足しない。商品を販売するのではなく、お客さんが喜ぶ「企画」が勝負だと。

そうですね。「もの」から「こと」の時代が変わったといわれてますね。

海外旅行で「もの」が欲しい時代は終わった。

旅行先での体験、出逢いがある「こと」を今は、望んでいるのですね。

松井とイチローの大リーグ観戦NYツアーでは、キャンセルがまったくなかったようです。

「目的」が、はっきりしている旅行は、今でも繁盛していると・・・

例えば、漁業を例にとると、

大昔は「延縄」・・・餌を付け、お魚が釣れるまで、じっと待っていたらよかった。

この前までは「トロール」・・・まき網などで「大きい魚から小さい魚まで」一網打尽。

今では「養殖」・・・が主流となるも・・・値段が取れなくなり、採算割れ。

これからは「産地加工」・・・顧客の要望に合った数量・形態にし、必要な分だけ供給する。

さて、我々はどんな「漁業」をしているのでしょうか?

釣り糸を垂れているだけ? かな?

餌付けはしていますか?

育てていますか?

顧客の要望に沿った加工をしていますか?

うーん。自分自身、反省致します。釣った魚に、餌をあげていないな!(奥さん、ごめん)

大変だけど、育てること、あまり、やってないなーと反省の一日でした。