

塾長の独り言 NO182 2018. 8.17 商業界 9月号「アマゾンを見捨てる」

さて、今回のご紹介は、商業界という雑誌、9月号。

この雑誌は知っていましたが、流通業界(小売業がメイン)でしたので、あまり興味を持って読んではいませんでした。

でも、ここ最近、Amazon エフェクトのお蔭で、マーケティング 4.0 の関連記事が多く掲載されるようになったので、興味ある時だけ、ネットで手配して読むようにしております。

そこで、今回の商業界、9月号のテーマは・・・

「アマゾンを見捨てる」

・・・実店舗を持つ経営者が、今、考えるべきこと

ここに面白いことが書いています。(16p)

リアル店舗が絶対やってはいけない3ヶ条

「通販」

「安売り」

「お客の声」

その記事の中で・・・初っ端に、書いていることが。

アマゾンの脅威を整理すると、一番は「利益を出さなくてもよい企業である」ということだ。

Amazon の本業は、実は小売業ではなくサーバーレンタル事業であり、

AWS(アマゾンウェブサービス)が稼ぎ頭。

だから、小売業で利益を出さなくてもいいため、絶対的な最安値で勝負できるのである。

さらに、「商品点数が多い」こと。

その数、2億アイテムと推測されるが、商品点数が多いと、検索エンジンで何を検索してもアマゾンの商品が上位に来る優位性がある。

そこにきて、オリジナル商品の開発も進んでおり、最近ではファッションにまで力を入れている。

映画にしても、配信するだけでなく、オリジナルものを作り始めている。

そして「配達スピードの速さ」。

～～～(続く)～～～

では、何をやればよいのか？

それは「アマゾンのできないことをやる」に尽きる。

「アマゾンがやっていないこと」ではない、それはいずれやられてしまうから、

「できないこと」をやる。

それは以下の5つだ。

①フアンづくり

②アフターサービス

③地域密着型

④対面型の法人対応

⑤コンテンツ作り

記事には詳細に具体例が紹介されていますから、ご興味がある方は、ご自分で雑誌「商業界9月号」を取り寄せて下さい。

私の顧問先。

そして次回の未来創造志塾では、この部分をコピーしてご紹介するつもりです。

その次の記事は、ご存知の小阪裕司氏です。(21P～)

嵐と矢沢の永ちゃんは競合しない。

「便利」は潔くアマゾンに任せて、

「不便だけど楽しい」に向かって創造力を発揮せよ。

…というタイトルです。

さて、今回メルマガは商業界のアマゾンを見捨てるがテーマでした。

特に、リアル店舗のあなたは、アマゾンには出来ないことを、やっていますか？

はやり、

モノ、商品やサービスにフォーカスしていたら、未来がないですね。

これからのKSF(成功の鍵)は…

「ヒト」にフォーカスする、仕組みと仕掛けが重要になってきたと痛感します。

<コメント>

この記事を読んで気づくこと、感じることはどんなことがありますか？

大切なことは客観的分析ではなく、主体的洞察です。

つまり、理性ではなく、感性です。

一言でいえば、センス。

ピンとくる感性。

何に好奇心を持ったか？

なんだけどね。9がつ