

塾長の独り言 NO58 H18.7.25

「梅雨の長雨は世界的な天候異変」

～ 環境変化は気候までも～

7月25日にもなるのに、雨ふりばかりですね。
東京では晴れの日が7月で、たった2日だけと、テレビでも放送しておりました。
でも、来週には関東では梅雨も開けるようです。よかったですね。

我々企業の環境でも変化の毎日。
最近、駅の近くにある「業務スーパー」に寄ってみました。
行ってみるとびっくりしたのは、顧客は一般の消費者だらけ。業務の仕入れの関係者はチラホラ。
売上げの約7割が一般消費者だといひます。
商品はお酒類、ビンカン物、冷凍食材など。グロサリー類ですね。
こんなところにも消費者の動向変化があったのですね。
特に土曜日、日曜日は大繁盛しております。
共働きが多くなっている影響か？
アメリカ型のまとめ買いの購買傾向か？

又、近くの「道の駅」も大繁盛です。
誰れさんが作った野菜が、「朝取り」…いかにも新鮮そうです。

つまりは総合化したものから、より専門化した形態に変化しているのですね。
専門化して繁盛するには、最低限に必要なことがあります。

「それは店の名前です！」

一般消費者にもわかりやすいコンセプトが必要なんですね。

私も会社の名前を「エルティビジョン」としてありますが、失敗したなと感じております。
自分なりにこだわり、意味もあるのですが、やはり「自己満足の世界」ですね。
つまりはターゲットに意味が「伝わらなければ」価値がない。

最近では、「無添加住宅」
この名前はシックハウスや化学物質過敏症などで困っている人、化学物質を使用していない木造住宅を建てようと考えてる人には、ピンとききますね。

<コメント>

名前やコンセプトにこだわろう!

ターゲットに「伝わらなければ」意味がない！価値がない！

顧客から選ばれるには、わかりやすい「名前」こそが、一番価値があるのですね。
…ブランド力のない！中小企業こそ、是非とも名前にこだわる必要を感じます。
環境変化の時代。それはこちらも変化しなければいけないんだ！
そんなことを感じたこの頃でした。