

『製品と商品』・・・いいものでも売れない。

いいものが出来れば売れる、というのは間違いだ。

そんな時代はもうとっくに終わった！

もっと正確に言えば、必要条件ではあるが絶対条件ではない。

お客様が買いたいもの、買いたい時にあるのが「商品」だ。

技術的に高い評価を得たベンチャー企業の倒産が目につく。自社の技術に高い自負を持ち、これほどよいものが売れないはずはないと、このことで設備投資に走り、結果として在庫がかさみ、資金繰りで倒産。

製品とは・・・

作りたいもの、作れるもの、作れたもの、作れた価格、である。

商品とは・・・

買いたいもの、買えるもの、買いたい時にあるもの、買える価格、である。

満足の押し売りは嫌われる。

「を」と「が」で大違い

ものだけではない。

サービスにも製品的サービスと商品的サービスがある。

前者の姿勢は“お客様を満足させる”である。

対して後者は“お客様が満足する”のだ。

この「を」と「が」は、一字の違いだが、その顧客満足影響度はまことに大きい。

高級店などで、時おり見かける勘違いに、高級感の押し付けがある。

それが顧客に慇懃無礼な印象を与える。時には気分を害することもある。

人間は、不思議な動物で、「押し付けられる」と嫌になる。

しかし、こちらの気持ちを察してくれる」と嬉しくなる。それが瞬時にわかるものだ。

それでは、どうすればいいのか？

・・・簡単です。“笑顔”で相手の目を見ていると自然にわかるものです。

チェックポイント

我社では「製品」と「商品」の区別がついているだろうか？

我社が送り出すものはすべて「商品」になっているだろうか？

我社ではお客様に満足されない、独りよがりのサービスになっていないか？

“笑顔”で“暖かく”相手の目を見ていますか？

『感動経営のヒント』

“お客様を満足させる”と“お客様が満足する”
は天と地ほどの違いがあるんだよ。

もし、ご興味あれば、いつでもご連絡下さい。

志高く、未来に向かって、価値を創造する

未来創造志塾

塾長 細川栄一