

2. マーケティング『売れる仕組み』づくり

マーケティング『売れるしくみ』の流れを解説します。

集客とは何か？

集客とは、見込客 (あなたの商品やサービスを買う可能性のある人、会社) を、なるべく効率的に集める作業をいいます。

"売れない" 理由は、二つあります。

一つは、一生懸命にお客様に説明しているのに、買ってもらえないということ

そしてもう一つは、売ろうと思っても売る相手がないということ

ほとんどの会社の売れない理由は、この"売ろうと思っても売る相手がない" ということです。

これは、扱っている商品や説明の仕方に問題があるのではなく、**集客の方法に問題がある**ということです。

また、集客こそが会社の進む速度であり、生命線であるにもかかわらず、その方法をしっかり学んでいる会社は少ないのです。考えてください。今の **10 倍のお客様を集める** ことができれば、**10 倍の売上** が、**100 倍** のお客様を集めることができれば、**100 倍** 売上が上がる可能性があるのです。

販売を考える時に、まず最初のステップとして、この集客、いかに多くの見込客を、効率的に (安く、たくさん) 集めるかを考えることが、一番大切な作業になるのです。

見込客フォロー

次のステップは、見込客のフォローです。これは、集客のところで集めた見込客を、

買いたいお客様に変えていく (育てていく) というステップです。

目的は、いかに販売に対する負荷をなくすかということと、顧客化、そして紹介への流れを、無理なく進めていくということです。

ものは、いきなり相手に売ろうとすると、嫌がられますが、その話し話を、興味を持っている相手にした時は、大変喜ばれるということになるのです。

この時、相手との関係は、お客様と売る人、という関係から、

聞きたい人と教える人、

相談する人と専門家というように

変わっていくのですが、販売をスムーズにさせていくための、このフォローのステップを工夫することで、

育ったお客様が、順番に買いに来る、とう状態まで進めていくことができるのです。

販売

"売れるしくみ"の中では、販売は自然な流れの結果としてやってきます。

また販売は、目的(最後)ではなく、顧客化に向けた仕事の始まりを意味します。

実は、物を売るといふ作業そのものは、難しい仕事ではありません。

これは、高額なものでも形のあるものでも無いものでも、全く同じです。毎日々々同じ物を販売するわけですから、しばらくすると誰でもできるようになるのですが、問題は、これまで話してきた集客や見込客のフォロー、そして次にお話する顧客化といった販売の流れを考えずに、いきなり売ろうとすることです。

"商品はいいのに、なぜ売れないのか"、といった話をよく聞きますが、すべてが販売に対する理解不足から起きる問題なのです。仕事を"しくみ"として考え、**全体の流れで販売することで、お客様から喜ばれ、なおかつ成果は何倍も上がる**のです。

顧客化

顧客化とは、利益を最大化させるためのステップです。

お客様は、みな同じではありません。

過去一度だけ何かを買っていただいた方、

ときどき何かを買ってくれる人、

そしていつも買ってくれる人も、お客様なのですが、

このいつも必ず買ってくれる人を、顧客と呼ぶのです。

そして、この人達はいつも買ってくれるだけではなく新しい商品やサービスも喜んで買ってくれ、また、あなたの会社のことを人に紹介してくれる人達でもあるのです。

顧客化とは、**"一度縁のできたお客様を決して離さない、"**

すべてのお客様をこの顧客に変えていくための作業であり

あなたの会社の**利益を最大化させる**大切なステップです。

私は、**売上、利益ともに、3年連続、対前年比で15%伸びている**」というような話を聞いた時に、かえって不安になる時があります。それは、そういう会社に限って、お客様一人一人の動きをとらえていない場合が多いからです。売上は上がっていても、そのほとんどが新規のお客様だとすると、それは、**お客様があなたの会社を通りすぎているだけ...**ブームが終わった時には誰も残らない... (顧客化が全くできていない)という状態なのです。

"売れるしくみ"作りに、どれくらい期間が必要かということですが、これはかなり早くできます。ほぼ半年、6ヵ月位で成果が出る、という感じです。集中していただければ、**会社そのものが全く変わってしまった**という方も出ていますので、もちろん、あなたの努力次第ですが、後で述べる"収益性を上げるしくみ"よりも結果が出るのは、ずっと早いと思います。

"売れるしくみ"を作ることで

住宅メーカーが、この"売れるしくみ"作り、集客、見込客のフォロー、販売、顧客化に取り組んだ結果、約一年で、30棟以上の受注が取れました。現時点(平成13年3月末)で、1~2ヶ月以内に契約される予定のお客様が9名、一年以内に決定する見込客が24名、二年以内が43名、その他に237件のアプローチ先をかかえています。あまりの忙しさに、社長はじめスタッフ全員が、睡眠不足になっているとのこと。

また、全国規模の販売ネットを、わずか半年で作った「びがー」工事用品機材の商社、それから、顧客化の強化をした

結果、売上が10%伸び、利益が28.5%伸びた飲食店などが出てきています。