

顧客は誰か

「エッセンシャル版マネジメント」PFドラッカー ダイアモンド社より

ドラッカー博士の著書「マネジメント」23pにこんな文章があります。

我々の事業は何か

企業の目的として事業が十分に検討されていないことが、企業の挫折や失敗の最大の原因である。逆に、成功を収めている企業の成功は「我々の事業は何か」を問い、その問いに対する答えを考え、明確にすることによってもたらされている。

企業の目的と使命を定義するとき、出発点は一つしかない。

顧客である。

顧客によって事業は定義される。

事業は、社名や定款や設立趣意書によってではなく、顧客が財やサービスを購入することにより満足させようとする欲求によって定義される。

顧客を満足させることこそ、企業の使命であり目的である。

したがって、「我々の事業は何か」との問いは、企業を外部すなわち顧客と市場の観点から見て、初めて答えることができる。

顧客にとって関心は、彼らにとっての価値、欲求、現実である。

この事実からしても「我々の事業は何か」との問いに答えるには、顧客からスタートしなければならない。すなわち顧客の価値、欲求、期待、現実、状況、行動からスタートしなければならない。

顧客は誰か

したがって、「顧客は誰か」との問いにそ、個々の企業の使命を定義するうえで、もっとも重要な問いである。やさしい問いではない。まして答えがわかりきった問いではない。

しかるに、この問いに対する答えによって、企業が自らをどう定義するかがほぼ決まってくる。

もちろん、消費者すなわち財やサービスの最終利用者は顧客である。だが、消費者だけが顧客ではない。顧客は常に一種類ではない。

顧客によって、期待や価値観は異なる。

買うものも異なる。

ほとんどの事業が少なくとも二種類の顧客を持つ。

顧客はどこにいるか、何を買うか

「顧客はどこにいるか」を問うことも重要である。

次の問いは、「顧客は何を買うか」である。

<経営のヒント>

「我々の事業は何か」「顧客は誰か」「顧客はどこにいるか、何を買うか」

この3つの問い・・・激変の今こそ・・・本質的に深耕する必要があると感じます。

現在を一度白紙にして、ゼロベース思考にて、大局から俯瞰(空の上から鳥瞰)して見てみましょう!

既存のレッドオーシャンではなく、未開のブルーオーシャンがすぐそばに広がっているかも?

今だからこそ、あらためて自分自身に問い直しましょう!

「あなたの顧客は誰ですか?」

「顧客はあなたから何を買っているのですか?」