

## 経営のヒント22 戦略と戦術の違いとは？

Goodでなく、Greatを目指そう！

マーケティングや経営関係等のビジネス書は大きく2つに分かれます。

ひとつは、「(見えない)戦略」を教えるもの

もうひとつは、「(見える)戦術」を教えるもの

どちらが売れるかというと、「(見える)戦術」を紹介した本です。

”こうすれば売れる”とか、“儲かる非常識な方法”など、小手先のテクニックばかり書いた本の方が売れる。

なぜなら、「(見える)戦術」を紹介する本は、即効性があるように感じるためと、真似をするのが簡単だからです。それに何より、テクニックだから理解しやすい。

「戦術」は、『Good志向』です。

ちょっとだけ良くなることを求める。

本で書かれたテクニックを真似れば、効果がすぐに現れるものもある。

しかし、すぐに行き詰ってしまう。

なぜなら、うまくいっている本家は、別の所で勝負しているからです。

つまり、「(見えない)戦略」で勝っている。

「戦略」は、『Great志向』です。

ビジネスモデルが違う。発想が根本的に違うと言っていい。

「戦略」は、やり方が表に出てこないのも、真似をするのが難しい。

例えば、マクドナルドのハンバーガーよりもおいしいハンバーガーは簡単に作れても、マクドナルドよりも儲かるバーガーショップを作るのは、至難のわざです。

なぜなら、完成されたフランチャイズシステムが「戦略」となって稼働しているからです。

余談ですが、今ではフランチャイズは当たり前の経営手法ですが、フランチャイズシステムは当初、相当非難された歴史がある。

今、あらゆるビジネスがサービス化の方向に向かっています。

そのトレンドの中で、競争が激化している業種がサムライ業です。

彼らの商品は知識。

法律や手続き、方法等を売っている。

しかし昨今、法律や書式等のデータベース化されたソフトが廉価で手に入るようになって、知識を切り売りするだけの彼らサムライ業の人は儲からなくなってきた。

(サムライ業 = 弁護士、会計士、司法書士などの「士」系の人)

素人のお客の方が、彼らプロより知識が豊富な人が増えてきた。

ではどこで勝っていくのか？

それが「ソフト部分」です。

つまり、付加価値で競合に勝つしかない。

付加価値をアップさせるには泥臭いスキルが必要となってくる。

例えば、コミュニケーション力がないとお客の本当のニーズさえも分からない。専門分野以外の会話ができないと、お客が何を欲しいか見えてこないからです。

そうすると、これからのサムライ業の「戦略」とは、”

お客と楽しく会話ができるヒューマンタッチな人になること”等となる。

あるいは、”何か秀でたトップ水準の趣味を持つ人になること”が、重要な戦略の一つかもしれません。

こんなことは、「戦術系」の本には書いていない。

”お客に合わせた細かいコンサルティングができる能力”という「戦術」は、これからは、それほど重要でなかったりするのです。

「(誰でも真似をできる)戦術」は、誰かが真似をした瞬間から陳腐化してきます。

『Good』で良しとすると、いつまでたっても良くなりません。

『Great』を目指す戦略志向の会社が、生き残っていく時代なのです。

### 経営のヒント

戦略と戦術を明確に別ける！

そのためには？どんな見かたをすれば、いいのか？

1, 見えざる「戦略」と見える「戦術」

2, 先見性の「戦略」と目先の「戦術」

3, 「戦略」の客体化と「戦術」の主体性のバランスが大切なんだな！

〜木を見て、林を見る、そして山を見る。最後に空から見る。〜