

経営のヒント 266 「価格」を下げると「価値」も下げる

参考記事「物売るバカ」川上徹也 角川新書より

価格はお客さんの買う気を刺激する重要な要素です。
同じ商品なら多くの人は価格の安い方を選ぶでしょう。
価格を下げるには、一時的には確かに効果があがります。
特に大企業やチェーン店でないのであれば、そのような行為は、結局あなたの首を絞めていくだけです。

そもそも値段を安くして一時的に売れたとしても、それは価格につられて来たお客さんによるものです。

競合店がもっと安く販売すると、彼らはそちらに流れてしまいます。

あなたも対抗してさらに値下げしなければなりません。

結局は体力のある大きな会社が勝つことは目に見えています。

又、値下げすることは、商品やサービスの価値自体も下げてしまいます。

スタンフォード大学経営大学院のババ・シブ教授は以下のように主張します。

「売り上げを増やすために価格を引き下げてはいけません。消費者は安売りされた商品を買った時には喜んだかもしれない。いざその商品を消費する時には、安い商品という意識が影響して、その商品にあまり喜びを感じない可能性がある」

例えば、ホテルの宿泊料などがいい例です。

確かにディスカウントすれば一時的に客が増えるかもしれませんが。

しかし、そのホテルのブランドイメージは確実に下がります。客はそのホテルに泊まる喜びを感じにくくなり、その結果、ホテルの評判が下がってしまう危険性があるのです。

特に、小さな会社やお店が勝負すべきは「価格」の土俵ではなく「価値」の土俵です。

他でやっていないことをすることで「価値」を生み出すのです。

お客さんが、あなたの会社、お店、商品に対して「価値」を発見出来れば、お客さんはそれに見合った価格を払ってくれます。

そのような「価値」を生み出すためには、それに見合った「物語」が必要になってくるのです。

<経営のヒント>

競争が厳しくなると、価格を下げ競争力を付けることが一番安直な方法です。

売上が落ちると、どうするのか？

ほとんどの企業はすぐ手段方法のマーケティングの4Pに頼ります。

(4Pとは価格・場所・宣伝・売り方の手段方法)

麻薬のように一度目は効果がありますが、2回目、3回目となると…結果は？

価格以外の付加価値とは、どんなことがあるのか？

一度、スタッフの皆さん全員で考えてみることもいいと思います。

理想は差別化・独自性ですが、どうすればいいのか？

「こだわり」「極上」「厳選された」「新鮮」などの品質で勝負するのは、誰でも言えますから何もいっていないことと同じです。

商品やサービスでないものは…「人」に関することになります。

あなたにはどんな物語(ストーリー)が語れますか？