

『会わずに売る』

「会わずに売る」の事例紹介

☆「後工程引き」方式のFax&Webマーケティング

当社の成功事例を一つずつご紹介して行きたいと思います。今回は、メーカーの間接マーケティングの事例です。K様は、手芸関係の製造販売会社です。古い体質の業界では、メーカー＝>全国問屋＝>地方問屋＝>地域販売店＝>小売店と流通経路が長いのが特徴であり、欠点であります。

K社の専務様が当社のセミナーにいられて熱心に聴かれて、即座に、明日会社に来て欲しいという熱の入り方でした。私は、翌日、ご訪問して「状況」を伺ったのですが、気になった点「メーカーが中飛ばししても構わないのですか？」とストレートに聞いたのです。確かに、一つの商品をキャンペーンするのに半年もかけて実施する位に、末端までの時間経路が長いのです。しかし、「中飛ばし」というのは、いわゆる「仁義違反」なので、常識的な判断として、私は、キック・バックを懸念したのです。

しかし、その専務様は「直接に販売さえしなければ、業者は納得する筈だ！」と主張されるので、それに乗って、マーケティング手法を検討したのです。その結果、メーカー＝>全国問屋＝>地方問屋＝>地域販売店＝>小売店という今の「情報」の流通ルートをメーカー＝>>>「Faxちらし」(情報誌)＝>>>小売店(手芸店)として、メーカー<＝>全国問屋<＝>地方問屋<＝>地域販売店<＝>小売店という「逆流」方式を考えたのです。

この「逆流」方式だと必ず「中間」を経由するのでクレームにならないだろうとなったのです。確かに、K社の商品は、末端の小売店でのシェアは数%しかない状態なので、カタログや商品企画書をルートを通しているとなかなか、小売店に届かず、目に見えた効果になりにくいのです。そんな「逆流」方式を前提に、古い体質の欠陥をカバーするために、思い切って、手芸店のFaxデータを集めて、第1号を発信したのです。

☆確かな手応え

この第1号には、合計7点ほどの商品を紹介したのですが、Faxマーケティングの効果測定のために、ルートに乗せていない商品を組み込んでおられたのです。島根県の販売店を通じて、その商品の問い合わせが返って来たのです。まさしく、レスポンス・マーケティングなのです。専務様は、「あり得ない事だ！」と満足されたのです。手芸店さまにとっても「新製品」の案内が、シーズン前に来るので、販売促進計画にも役立つと喜ばれたのです。この成果を見て、以後、月1回のペースで商品情報を末端の手芸店にダイレクトでFax送信したのです。

「中飛ばし」で「情報」を発信することで、急激に業績が回復したのです。それまで、「失われた10年」の真っ最中で、社員さんの給料も下げるといって、ボーナスはゼロという状況だったのです。「即時業績向上法」と呼ぶのですが、まさしく、その通りで、半年後のボーナス支給時には、社員さんにも笑顔が戻ったのでした。

☆「大ヒット商品」が生まれる

さらに、圧巻だったのは「静電気除電リング」という商品でした。K社では、全くの新規商品だったのですが、初期ロット200万個を生産されたのです。この「静電気除電リング」は、他のルートで

500円～800円位で売られていたのですが、手芸店のレジ周り商品として1個350円で、しかもカレンダー方式という台紙に2ダースほど貼り付けてぶら下げておくという「売り方」をとったのです。この商品は、驚くほどに大反響でした。8月に告知して、10月には「完売」のお礼Faxを流したほどでした。専務さんは、「うちの業界では、3年はかかるのが通常だが、シーズン前に僅か3ヶ月で完売したのは奇跡だ！」という程の効果でした。「商品」と「売り方」と「告知」の3拍子がうまく行った事例です。

☆「形は人を動かす」

当社が「無人営業」にこだわっているのは、実は、「形は人を動かす」という信念から来ています。最近の営業員は、・お客様に突っ込まれるとシドロモドロになってうろたえる、・自分の言葉で話せと教えても紹介口調になってしまう、・買ってくれる客しか相手できない、・行き易い相手にしか訪問しない、・教えたことすら話せない・・・などの状況です。モノが言えない営業マンに頼るよりも「形」にすればお客様が判断するのでキッチリと表現さえ出来れば良いのです。

「感動マーケティング」などという手法もありますが、グチャグチャ頭で考えるのも大切だが、お客様がレスポンスがあつての事、まずは、キッチリと「商品」を伝えることなのです。K社様の事例を、「逆流」という特長から「後工程引き」方式と名づけました。全ては、最終段階で「土俵」に登ることが大切なのです。「土俵」の登れば、どんな商品でも何とか商談に漕ぎ着けることができるが、「情報」が届かなければ、ゼロに終わってしまうのです。「費用対効果」の面からも「情報戦略」の見直しをお薦めします。

☆AMIがお手伝いできる事

【コンサル】

- ・「商品会議」で商品戦略をコンサルティング

【支援業務】

- ・その会議で決まったことを自社で「モノ」化する
(自社で、Fax、ちらし、ホームページを作成！)
- ・電話問い合わせのための内部勉強会

【業務代行】

- ・Fax用のターゲット・データ調達
- ・Faxの一斉同報を代行

「着実・前向き・具体的」がモットーです。

この他にも、いろんな業種の事例があります。