

「弱者必勝の10ヶ条」④

1. 「弱者必勝の10ヶ条」の5～9条(企業再生のコツ)

今回は、5から9条で戦略・戦術、すなわち、赤字で示している箇所

- | |
|---|
| <p>5. 弱者は、差別化に徹し、安易に人まねをせざるべし
(労せずして得たものは、人の半分以下の利益が精一杯)</p> <p>6. 弱者は、軽装備に徹し、重装備は避けるべし
(自由度こそ弱者の武器、発想の自由度こそ最大の資源。もっと軽やかに、しなやかに動こう)</p> <p>7. 弱者は、重点主義に徹し、時間・能力・資金の分散を絶つべし
(一極集中に心がけ、徹底的に掘り下げること)</p> <p>8. 弱者は、局地戦を重視し、広域戦を避けるべし
(見えざる最大の敵は移動時間のロスにある。限定した地域で闘い、点から線そして面へ)</p> <p>9. 弱者は、顧客に接近し、人間関係で勝負すべし
(強者も手を焼く人の心、物量がきかない四次元の世界分野。
もっと、心配り、気配り、手配り、足配り、声配りにあつみをもたせ顧客に肉薄していくこと)</p> |
|---|

が重要であります。私は、経営コンサルタントとしてお客様を指導する時に心掛けている5ヶ条であります。企業再生の5つのコツとも言えます。

2. 「差別化」x「軽装備」x「重点主義」x「局地戦」x「人間関係」

「差別化」とは「他社と何が違うか」という問いから始める必要があります。誰でも出来ること、例えば「安売り」などは、すぐに真似されてしまいます。真に「真似されない」を追究することが重要です。しかし、その反面、「軽装備」でなければならぬのです。「差別化」のために多額の投資が伴うのでは中小零細企業では「小回り」が利かなくなるばかりです。いつでも止められる、いつでも変更できるという気軽さが重要なのです。

次に、「重点主義」なのですが、「差別化」x「軽装備」で「ニッチ」を見つけたら、そこに思い切っ集中して「一点突破」を図るのです。これを「逆包み込み」というのですが、スキマで一番になって行くのです。しかも、「局地戦」すなわち「気軽に訪問できる範囲」で実行するのです。この狭いエリアで「人間関係」で情報伝達するとライバルに知られる機会は少ないので成功し易いのです。「この会社は当社オンリー」という声を聞きますが、意外に、知らないうちにライバルが入り込んでいて「ノータッチ敗戦」という結果に陥りやすいのです。ノータッチ、すなわち、お客様が教えてくれないという悲しい状況が原因なのです。トヨタは「お客様との関係というものはない」という主義で、C R活動のCはCustomer(顧客)なのですが、RはRelation(関係)ではなく、Retention(離れて行くのを引き戻す)を当てています。まさに、現実的な話なのです。心得ておきたいものです。

【まとめ】

1. 「差別化」x「軽装備」x「重点主義」x「局地戦」x「人間関係」は企業再生のコツ
2. 人間関係というものはなく、Retentionこそ適切な単語である

【AMIニュースのバックログは<http://www.web-ami.com/siryo.html> でご覧になれます！】