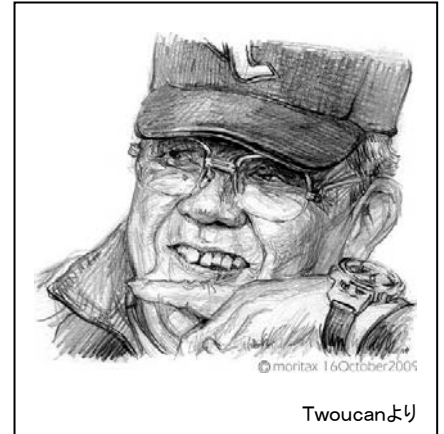


「経営デザインシート」のシンプル実践法

1. 「具体的にどうするんや？」

右掲は、故野村克也氏のイラストです。9月28日(月)の読売新聞朝刊の編集手帳で「元プロ野球監督の野村克也さんは生前、「日本一になりたい」という選手が多いことを心配していた。「具体的にどうするんや？」と聞くと、言葉に詰まってしまうからだという。著書「上達の技法」(日本実業出版社)にあった◆大きな目標は聞こえはいい。だが、実現するためのプロセスを考えることが大切。そこをおろそかにすると、成果が出ず、あきらめることになりかねない。そんな親心があったのではないか・・・」という記述があった。何事も夢を持つ事は生きるエネルギーになるが、そのエネルギーをどのように使うかが重要という事を言っていると思います。



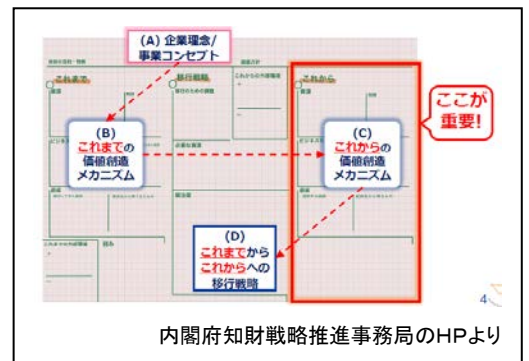
「成功の法則」で有名なナポレオン・ヒルは、目標を具体的に示し、それに向かって何を差し出すかが重要だと言っています。私の場合、経営コンサルタントを目指したのですが、まずは一般の方に分かりやすい船井流を学んで客員経営コンサルタントの資格をとって、その実践法として「Faxちらし・3段階活用マーケティング」という名付けた手法を確立したのです。創業時は'95年だったので、Windows95が発売されて「インターネット元年」と言われた年で知り合いから「今更、Fax かよ？」と揶揄されたのですが、企業なら100%普及しているFaxに着目したのです。

船井流ですから、「商品」を「お客」に情報発信して、そのレスポンスを待つマス・プル型のレスポンス・マーケティングが基本です。右掲は、お客様のFaxマーケティングを実践する為にDo-Howを貯める為に始めた弊社の機関誌です。月2回発行と決めて20年間、通算504号まで発信して、メルマガやブログにシフトしたのです。「継続は力なり」を実感したのですが、当初はワープロで部材を作って、B4の方眼紙に張り付けて編集していたのですが、パソコンで直接編集するようになり、写真をイラスト化する技術も発見するという進化を遂げました。「売るもの3つ」と言って「会社・商品・自分」とお客様に言っていますが、□の箇所は社長のメッセージ、○は看板で当初から織り込んでおり、実際に、お客様のFax通信もこの形式を踏襲しており、社長の思いをお客様に届けるようにしています。あるお客様は「地方のお葬式に参列して、お久しぶりと挨拶したら、毎月読んでいるよ。あなたがこの業界にどう考えているかよく分かる」と言われたとエピソードを語って下さいました。



2. 「逆算して、今、何をするかを決める」

私の所属する大阪府中小企業家同友会阿倍野住吉支部は9月に天王寺支部と合同でZOOM例会を開催し、西成区で介護サービスをしている山本さんが報告者でしたが、この方が「10年先から逆算して、今、何をすべきかを考えて実践している」と話されました。右掲は、経営デザインシートという手法ですが、(C)を考えるには(A)で「10年先の姿」を描き、(B)で現状分析して、これからの成長エンジン(C)を描き、(D)で実行手順を考えるという図式です。山本さんはシンプルに実践されて事業を発展させておられるのです。



故船井先生は「過去オール善」として成功も失敗も全て棚卸する事から始めて、その中から、「時流適応力相応一番主義」に従って、「時流」:10年先を見通して、「力相応」:出来る事から、

「一番主義」:コツコツと小さな事から一番になるという事を教えて頂いたのです。私の場合、'95年当時は「時流」:21世紀は企画の時代、「力相応」:100%普及しているFaxを活用、「一番主義」:中小卸売業の営業活性化と考えたのです。何故なら、トヨタ系販売店勤務時代に「形は心を動かす」としてDM戦略で成功した体験があったからです。つまり、10年先には大手コンサル会社は誰も手を出さないと読み、経験のある「形は心を動かす」という手段にFaxを選んだのです。Faxなら企業なら100%普及しており、Fax一斉送信やそのデータを販売する業者が存在しており、購入する事で解決できるという「力相応」の現実からスタートしたのです。

3. 夢への到達系

「夢」を描く事は素晴らしい事で精神的エネルギー源になりますが、野村さんの警告にあるように「具体的にどうするんや?」という問いに答える必要があるのです。この「具体的」という事が大切であります。私の場合、「夢」は経営コンサルティングでお客様に役立つという事で、その「夢」を実現する手段(到達系)として「形は心を動かす」という信念を「Fax」を媒体として「ちらしはおお客様への手紙」という理念で「Faxちらし・3段活用マーケティング」と謳いレスポンス・マーケティングで「探客」を無人で行う事から始めたのです。「3段活用」は、Fax送信でレスポンスを得る、レスポンスが少ない時はリスト客に電話してFaxの反応を聞くとレスポンスの10倍の潜在客が現れて、「手順・ツール・トーク」の訓練で営業能力を高めてクロージングするという方式です。

実際には、「到達系」と言いますが、私の場合、商品として「Faxちらし・3段活用マーケティング」を打ち出して営業活性化コンサルティングを具体化したのです。Faxなら既存媒体なので、お客様も新規投資が不要であり、送信先も手持ちのFaxで受信できるので新たな投資は不要なのです。また、紙で出力されるのでハッキリと情報を認識しやすく、レスポンスが出やすいのです。Fax送信のコンテンツを私が編集する事でお客様には労力は不要なので、短期間のうちにレスポンス効果を高める内容に仕上げ、送信を行うという流れで付加価値を高めたのです。その後、インターネット時代に合わせてHPやメールマガジンなどと連動するようにしました。

つまり、経営コンサルティングが私の「夢」だったのですが、「Faxちらし・3段活用マーケティング」を商品にして、「営業」に悩んでいるお客様に「Faxちらし」によるレスポンス・マーケティングと「手順・ツール・トーク」の指導で見込み客のクロージング率を高めるの両面で貢献できるようにしたのです。これを基本として、25年間実践して来たのです。

4. 「できる事」から始める

「経営デザインシート」とネーミングすると高級な響きがありますが、山本さんの「10年先から逆算して、今、何をするかを決め実践する」という言葉にエッセンスが含まれているのです。中小企業の場合、単一事業というケースが多いので「何をするか」を決めやすいのです。「力相応」という言葉の通り、夢のような事を身近な出来る形にして着手する事が大切です。故船井先生は「素直プラス発想勉強好き」とシンプルに表現されて、「時流適応力相応一番主義」の実践法を表されています。「10年先」をプラス発想して「今、出来る事」に置き換えて、それを「素直」に実践して「コツコツ」とやり続けて徐々にレベルアップする「勉強好き」が成功の秘訣とされているのです。何事もエッセンスは同じと実感します。

故船井先生は「コツコツ、ジワジワ、イキイキ、タンタン」ともおっしゃって、少々の成功に浮かれることなく淡々としてレベルアップを続けることを教えて下さっています。「淡々」の中には、次の商品・技術・サービスの準備も含まれます。「刻々変化主義」で中身を充実させる事、そして、「非連続の壁」にぶつかれば、儲かっているうちに思い切って次の事に着手する事が大切です。つまり、「10年先から逆算して、今、何をするか?」を問い続けて、実践する内容をレベルアップするのです。延長線上ではムリなら「儲かっている」をキーに次に着手する事が大切なのです。

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryu.html> にあります！】