

「縁・運・つき」

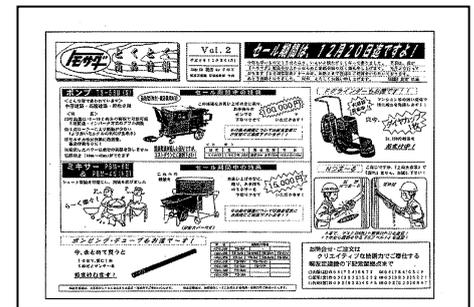
1. 「形は心を動かす」

右掲は、故船井先生に学んだ「過去オール善」をベースにしたものです。平成6年、サラリーマン時代でしたが船井総研の客員経営コンサルタント養成学校に通い資格を得たのですが、その際、コンサルタントは実践できる事をベースにしないとお客様の「願望」を満たせないという事でした。講師の宮内先生は「心・観・学・術・体」と5段階であることを指導されました。私は中小卸売業をターゲットとして営業活性化を当時、企業なら100%普及しているFaxに着目して一斉同報によるマーケティングを「Fax ちらし・3段活用マーケティング」とネーミングして商品化したのです。そして、社名をAMIとして右掲のように「心・観・学・術・体」を定義したのです。体は、サラリーマン時代にDMによる新車販売やサービスの在庫促進の経験があり、セールス・ブレチンで図表やイラストを作成して営業促進した体験があったのです。

「形は心を動かす」は、実際に第一号のお客様で右下のFax ちらしを作成して左官業界に一斉送信を行い、僅か半年で年商16億円から20億円に躍進する成果を挙げたのです。この当時はワープロを使って記事の部材を作成してB4の台紙に貼付していました。この時から「売る物3つ」を主張して「商品」をメインにして「会社」として社長メッセージを書くようにしていました。このチラシを持ってお客様の現場に行き「これ、見てくれましたか？」の切り出しで営業の土俵を創ったのです。この事実から「Fax ちらし・手渡し・クロージング」の3段活用を提唱するようになったのです。



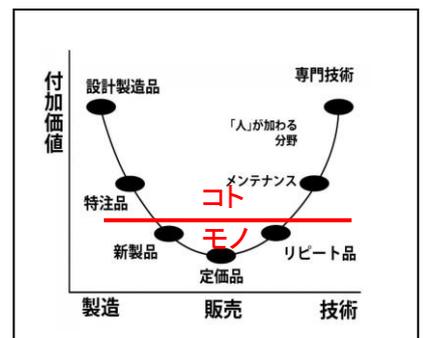
心:AMI(仲間)・・社名
 観:Advanced Management with Information (情報で先進的経営)
 学:Faxマーケティング
 術:Fax一斉同報
 体:Fax原稿デザイン・・実践できる事



2. 「土俵」と「土壌」

右掲は「付加価値のU字曲線」であり赤線の下部は「モノ」の世界でどうしても価格優先の領域ですが、上部は「コト」の世界で付加価値の世界です。「人が加わる領域」としてありますが、製品と違って「出来栄え」が価値になるのです。また、多くの「モノ」には品番があるのでネットでも注文できますが、「コト」は品番がない世界です。この「コト」をチラシ化して「イチオシ情報」として提供しています。

右下は工場の空調を中心にコストダウンの提案を行うものです。機械工具販売店の営業形態は「御用聞き」と呼ばれる伝統的なスタイルで行なっていますので、「モノ」の注文は聞くだけで済むのですが、コストダウンのような提案型の商談が苦手なのです。実際にチラシに小さくある蛍光灯や水銀灯からLEDへ照明器具の変更で商談が成立したのです。キーは「蛍光灯を見つける事です」。「蛍光灯からLEDに切り替えたら電気代が3分の1に下がる」というシンプルな商品説明でお客様の心を動かすのです。引き合いが出たら専門業者に依頼するのですが、工事の立ち合いなどを行うことでお客様の信頼度を高めて、次の提案機会の土壌を作っておくのです。切り出しの「土俵」として「ちらし」を活用し関係の土壌を作るのです。



3. 「つきの神様に後ろ髪はない」

右掲は第1項でもご紹介していますが、この中に「人生は人との出逢いで決まる」と書き、その下に「3つの‘不’」として不足・不満・不快の3要素から「願望」が生まれると表しています。最近ではインサイド・セールスと言ってテレ・マーケティングが盛んになっていますが、キッカケ(リード)を炙り出す手法です。その案件をクロージングするのは営業であり、リピーター化するのは「人」の質によるのです。



「縁・運・つき」は笑福亭鶴瓶さんが若いタレントに業界で成功するには「縁・運・つき」の3要素がポイントで、若いうちは多くの方と出会いなさいと言っていたことから頂いています。最近ではマッチング・アプリがあり条件検索で候補者を絞り込むようですが、お互いのニーズ(願望)が一致しても「人」としての「相性」が大きな要素になります。つまり、「縁」は「袖すり合うも多少の縁」というように機会はつくれますが、その「縁」を両者が惹き合う強力な縁になるには「運」が重要です。「運」は、その時の状況が大きな要素でお互いの「3つの‘不’」がタイミング良く一致する事が重要という意味合いが含まれています。そして、「つき」は良い方向に向かう流れがあるという事です。中には、悪い展開になるケースもあり、また、事情で踏み出せない事もあります。

故船井先生は「つきの神様に後ろ髪はない」とおっしゃいましたが、「縁」が出来ても事情でチャンスを逃すケースが多いのです。従って、事情があっても「手」を挙げることで「縁」をつなぎ止めるのです。この「手を挙げる」がポイントで、例えば、よい情報に接してもメモしないと忘れるのです。私自身は行動を起こすようにしています。行動を起こして「相手」に迫ると離れて行こうとしても少しの間は立ち止まってくれるのです。私の場合、「情報」が多いので「モノ化」をして「知情報データベース」としてファイルしています。(参照：<https://kaizen-ami.com/#news>)

4. 「縁・運・つき」

個人的な事ですが「私は運が良い」と思っています。平成6年はサラリーマンでしたが、勤務した会社の状況を見てコンサルティングを志したのです。この当時、船井総研やタナベ経営そして日本LCAなどがコンサルタント養成学校を開いていました。私自身は、まず目に留まったのが船井総研の客員経営コンサルタント養成学校だったのです。これは直感でした。当時はコンサルティング会社の情報に疎い時でしたが、一番目に流通業の船井総研と出会ったのです。他の会社を選んでいたら講師は出来てもコンサルタントとして30年も活躍できなかったと思っています。この運命的な出会いがあったのですが、この「縁」を可能にしたのは自己資金があったので自分で決断できたという「運」があり、「営業活性化」で「Faxちらし・3段活用マーケティング」の手法を開発して自分流に出来たという「つき」があったのです。この「つき」で来年創業30周年を迎える事が出来ると確信しています。

何故なら、長いお付き合いのお客様に巡り合えたのです。「顧客生涯価値」と言いますが、金額で表すと1億円や5千万円を超えるお客様に恵まれたのです。「成果」を重視するお客様が多いですが、これらの会社は「縁」を大切にしています。この「縁」を活かして「運」つまり業績向上があり、双方ともに「つき」を得ているのです。中には、長男は工学博士で研究者として活躍する会社や次男が営業として就職して貢献している会社もあり、また、三男がお客様の業務代行している会社という特殊な「縁」があります。

「不易流行」、守るべきことを大切に、変えるべきは果敢になって行きたいと考えています。「思う事」を「着実、前向き、具体的」に実現するように「気力・体力・精神力」を磨きながら一步步「着実・前向き・具体的」に進めて行きたいと思っています。

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