

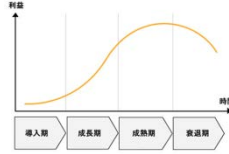
MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

弊社の新しいHPが完成しています。

右掲は、去年から制作を依頼して5月に完成した弊社の新しいHPのトップページです。4枚の写真がスライドして4コマ漫画になっています。まず、遠景でスペースシャトルが発射されて、次に、力強さが増してグングン上昇して、3枚目に補助ブースターを切り離して、最後は目標に向かってスペースシャトルが順調に上昇するようになっている起承転結です。さらに、右下にチャットポットがあって個別の項目からご自身の疑問に対して回答と個別質問フォームを用意しています。AIチャットポットという触れ込みでしたが、お客様の関心事が統計的に示されるそうです。

弊社は'98年からHP(右下)を公開していますが、23年経過して資料がごった煮的に入っていて資料データベースとして活用していますが、お客様の側から見れば何の会社か分かり辛い状態になっており、機会があれば一新したいと思っていました。昨年9月に制作会社と契約して打合せを始めましたが、4枚の写真が有料という事で3ヵ月程無料の写真に置き換えるというので「よい物を見せて、レベルを落とすのは腑に落ちない」とクレームを出してムダな時間を流した経緯がありました。制作会社は担当者を変えて、写真も当初のものになり、そこから具体的な打合せが進んだのです。

ライフサイクル曲線がありますが、導入期・成長期・成熟期・衰退期の4つですが、何事も導入期が一番エネルギーが必要なのです。シェア的には3%を突破するまでは導入期で、その後、効



NASAマーケティングをASPとセットで運用

果が出始めて成長期であり、8%超えると認知度が高まり上昇カーブが急角度になります。その後、一定のシェアで伸びが鈍化して成熟期になるのです。ここまでを4コマで表しています。このストーリー性に自己満足しています。中身も一冊の本を書ける内容になって「過去オール善」を実感しています。

弊社は2025年に事業承継すると決めており、若い人たちに引き継ぐ事業を充実させておく必要が、この新しいHPの制作の裏話でもあります。原点に戻ってマーケティングを基本として、それを補完するデザインとシステムが持っている事をユニーク・ポイントとして訴求しています。社員の「やる気」は永遠の課題ですが、「探客」をNASAマーケティングで行ない、浮かび上がったお客様(SP: Suspect)に見積(PP: Prospect)を行う粘り強いクロージングで受注につなげるのです。弊社はPPを登録して、いろんな見積をシステムでFaxやメールで行えるようにしています。つまり、SP(気配)案件が煮詰まってPP(見積)になって何度繰り返しているかを「見える化」しています。どんな案件があり、どんな風に進捗しているかを把握する事により、「勝つために」というアドバイスを行うことによってクロージング率が高まるという構図で営業の生産性向上のスキームになっています。これをHPに記載しています。

営業の生産性向上が叫ばれていますが、気配案件を登録して、内容を詰めて仕入先に見積依頼を要求する段階からシステム化しています。営業日報としてサブスクの勤怠管理ASPを使用して頂き、労務管理の一環として訪問先での滞在時間をスマホで現地入力して頂き、納品などはこれで済まし、帰社してから「気配」として、お客様の声を入力するようにして頂いています。日報の内容が変わり、行動分析も可能になり営業活動が変容しています。外部のASPとセットで運用すれば、労務管理を兼ねて営業管理が出来るのです。



ワンポイント・アドバイス

NASAはNew Aggressive Sales Actionsの頭文字です。アグレッシブは勇猛果敢と言う意味で使われる事が多いのですが、マーケティングで炙り出した気配客に接客するという精神的ストレスが低い状態を提供する事で誰でも営業が出来るようになるというスキームです。サラリーマン時代からの体験を積み重ねたものです。人在の状態から売れるようになり人材となるスキームです。ムリなく「やる気」を引き出します。

