MMQCニュース

Vol.015

平成23年3月1日(火)

発行:(有)エー・エム・アイ

21世紀は企画の時代！

今回は「会わずに売る」の一端をご紹介しています。お客様は「情報」を望んでおられるのです。決して「訪問」というのではないのです。価格にシビアなお客様はネットで購入されたりするのです。要は「情報」の発信が重要なのです。　栩野

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

「顧客接点戦略」④：形は心を動かす

右掲は、当社のお客様のホームページ(HP)です。顧客接点の1例にHPもあります。この会社のHPは、当社が作成して、メンテをさせて頂いていますが、びっくりする所では東北地方からマルチアイボルトという特殊ねじの問合せがあり2点販売されました。京都のお客様なので、営業エリアは京滋地区なのですが、はるかに営業圏外のお客様からオーダーが届いたのです。

さらに驚くのは、本来は「工具」などが主力なのですが、同じ京都市内の工場から「ミリングマシン」の問合せが飛び込み、新規顧客ながら千数百万円もの機械が受注されました。実は、このような機械の受注は初めてとの事でHPの威力を実感されていました。

もちろん、HPで問合せが来ても受注にまで進むというケースは少ないのです。当社の別のお客様の事例では、月平均15件の問合せが来て、3ヶ月に2件ほど機械の受注が出来ているというケースもあります。

形は心を動かす・・会わずに売る

このようにHPというインターネット時代の「顧客接点」があり、この売上を増やす為にSEO対策やあるいは楽天のような仮想モールに有料で出展するケースも増えています。これらのインターネットを活用する方法は、「待ち」のスタイルなので、必ずしも安定した売上が期待できるという物でなく、また、競争も多いので「価格競争」に陥らざるえないのです。

このようにHPというインターネット時代の「顧客接点」があり、この売上を増やす為にSEO対策やあるいは楽天のような仮想モールに有料で出展するケースも増えています。これらのインターネットを活用する方法は、「待ち」のスタイルなので、必ずしも安定した売上が期待できるという物でなく、また、競争も多いので「価格競争」に陥らざるえないのです。

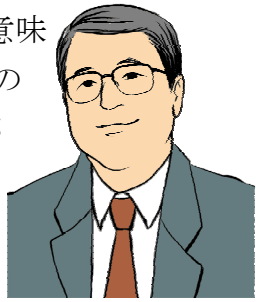
左掲は、当社のお客様のFax事例です。既存のお客様に毎月送信されているのですが、100件あたりで事例をご紹介しますと①のブルーヒーターは、1ヶ月8台販売しています。同社のブルーヒーターの販売実績は、例年2～3台だったという話ですから、この100件あたり8台という数字は驚異的という結果だったのです。

まさに「会わずに売る」という事を証明したのです。私は「モノ化」と呼んでいますが、紙媒体に表現することで相手が理解してくれるのです。このお客様の場合、Fax一斉送信で既存客に送られただけなのですが、12月という時期、特に、今年は「寒い冬」だったので、大ヒットとなったのです。ホンマにお客様は、「欲しくなったら買う」のです。欲しくなるような企画で「紙媒体」にしておけば、FaXや手渡しで相手に渡すだけで「会わずに売る」が始まるのです。これも「顧客接点戦略」の一つです。

ワンポイント・アドバイス

「会わずに売る」

非常に魅力的な響きのある言葉ですが、現実的に有効なものと判断できます。「21世紀は企画の時代」と呼ばれていますが、いろんな意味で企画力のウエートが高まっています。



AMI 「未来」へ確かな「変革」・・AMIの使命
有限会社エー・エム・アイ
〒545-0001　大阪市阿倍野区天王寺町北1丁目8番47号411号室
電話:06(6713)4161、Fax:06(6713)4162　担当:栩野(とちの)