

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。

「3つの‘イチ’」

右上は、故船井先生から学んだ「3つの‘イチ’」です。全員が個々に一番を目指す向上心を持って切磋琢磨する事が大前提です。個々の向上心がバラバラでは相乗効果を発揮しないので一体化する事が重要ですが、卸売業では意外に難しいのです。何故なら、個々に担当するお客様の業種業態が微妙に違うからです。従って、同じ商品を担いで全員で取組む事が困難になるのです。さらに、既存客からリピートの注文や見積依頼が来るので時間的余裕がないという現実もあるので、確かに、局面毎に一番になろうと努力する事で精一杯という感覚になってしまうのです。その結果、バラバラになって焦点がボケたビジネスになってしまうのです。

しかし、諸事情で物価高騰しており給与などの待遇改善が喫緊の課題になっているので企業として収益構造を強化する必要があります。弊社は、この課題に対してFaxマーケティングで支援しています。右のFaxDMを例にすると商品を決めて、弊社で原稿を作成するのですが、カタログなどから情報をピックアップしただけではお客様の心にささらないのです。そこで、途中でお客様に原稿を提示して営業の方々に回覧して頂いて各自にチェックして頂くのです。「光るキーワード」が出て来るのです。それを編集して、また、営業間で回覧して頂いて確認して頂くとさらに「光るキーワード」が出て来るのです。これを数回繰り返すと各営業が腑に落ちる状態になってマインドが高まるのです。

3つの‘イチ’

- ・一番化：一番を目指す
- ・一体化：共有・共同
- ・一流化：待遇改善

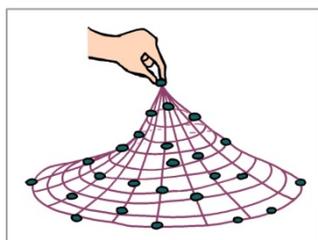
シールワッシャー
こんな事で困っておられませんか?

- ・ボルトの締結部からモシを防止したい
- ・液体パンキンや潤滑ワッシャーを使っているが耐油性・耐熱性に不安
- ・対換性で困っている
- ・反復使用しコストを下げたい
- ・現場での作業性を良くしたい
- ・モシ防止の為には締結面の仕上げ精度を上げるのでコストがかかる

【特徴】
1. 優美な「濡れ防止」機能。
2. 「耐油性・耐熱性・耐酸性」に優れる。
3. 継返し(2~3回)使用可能。
4. 優れた「作業性」。
5. 接換簡単な仕上げが容易。

【用途・使用例】
・エンジン・電動工具・油圧機械・モーター・押込機械
・アルミマシン etc.

「巻き込む」手法で一体化



左はネットをつまんで引っ張っているイラストです。これと同じ現象が起こるのです。最初は、特定の方が反応しているのですが、数回繰り返すと他の方も理解が出来て腑に落ちる状態になるのです。「2:6:2の法則」と言いますが、初めから積極的な方は2割(現実的には1人が多い)、徐々に理解して積極的になろうとする方が6割になるが、残念ながら、どうしても腑に落ちない方が2割存在するのです。この事は統計学の正規分布でいう偏差値σで証明されるのです。これをイノベータ理論と呼んでマーケティングで良く使われるのです。

弊社では、FaxDMの制作を請け負っていますが、その制作過程でお客様とキャッチボールして「回覧」で多くの方から意見を頂くように心がけています。「文殊の知恵」と言いますが、一人が意見を出すと他の方からも意見が出るようになるのです。この状態を根気よく繰り返す事で「光るキーワード」を数多く散りばめた情報になるのです。

そして、何よりも各自の経験から成功しやすい業種業態のキーワードが出て来てペルソナ像が鮮明になって来るのです。この描いたペルソナ像からリスト作成のキーワードを設定して弊社が契約しているリストツールListAで抽出した対象リストでFaxマーケティングする流れになり効果が高まるのです。

また、事例のFaxDMでは「サンプル無料進呈」というオファーを入れており、サンプルを送る前に電話して頂いて使用状況を伺い適切なサンプルを送付するようにして頂いています。この一手間がお客様との関係性を構築して成果に繋がっています。魔法のような「手順・ツール・トーク」になっています。

ワンポイント・アドバイス

今回、FaxDMで行なう一体化をご紹介します。一つの情報発信を事務的に行くとバラバラ感のままなのですが、制作途中で意見を聞くようにして社員さんを巻き込んでいます。弊社は外部の存在ですが、こんな手法でお客様の情報共有化の視点で一体化を図っています。シンプルな手法なので応用性が高いものです。これを参考に共有化で巻き込んで下さい。