

2014年1月号 会社の雰囲気を1W^{70%}明るくするコミュレポ

皆さん、こんにちは。私は、コミュニケーションについての気づきを毎月1回、振り返ることにしています。せっかくなので日頃お世話になっている皆さんにもシェアできればと思いこのようなレポートを記述することにしました。ご笑読頂ければ幸いです。

丹羽/佐之

お客も”営業マン”の時代！？

先日、知人からの紹介で、創業間もないネット広告に強く定評のある会社の社長（仮名：藤井さん）を紹介いただきました。初めてお会いした時、最初に藤井さんから「ネットだけで1日売上300万円をつくるお手伝いをしたり、美容外科での広告での実績が・・・」という感じの話でした。この話には私は正直、違和感を感じました。今、ユメオカが必要としているサービスの話ではなさそうだし、聞き方によってはただの自社の自慢話のようにしか聞こえません。「ちょっと、うちとは違うかな」と思いつつも、その後、いくつか質問してみました。「これからのネットでの広告はどう変わっていくのか？」「SEO、リマーケティング、Adwordsの使い分けとその理由は？」「他社で頼むときと御社の違いは何か？」という感じにです。そうすると、その答えはとても的確でした。私は、ネットをもっと効果的に使えば、ユメオカの認知度と見込み客は、短期で軽く倍増以上になるだろうけど、それを手伝ってくれる人を探していたため、それに最適な会社だと分かってきました。そこで、私はユメオカの実情やビジネスモデルを一通りお話した後、それに対する解決策を提案していただくことにしました。

この面談を振り返ってみると、藤井さんは悪徳業者が多い？ネット広告、SEO会社の中で、自社はそれらと違い、技術もあり着実に実績を積んできたかを私に知って欲しくて、わかりやすい実績から伝えたのでしょう。私は「藤井さんは何かを持っているな」と直感を裏付ける質問を通じて、それを確信できたので、提案していただくところまで到達しました。

最近よく感じるのは、ここ1、2年でユメオカのような小企業でも、今までは**大企業にしか手がでなかったインフラを低価格で活用できる**ようになったことです。その上、それらは高度な専門で細分化され、各専門ノウハウを持った会社から各々サービス提供されます。例えば、「ネット広告、SEO、ランディングページ制作、ネット決済、買い物籠カート、FAX送受信・・・」といったようにです。ユメオカでもそれらの会社を活用していますが、共通して言えるのは、こちらが求めているサービスを受けるのは、相手任せでは難しいことです。ありていに言えば、営業側の営業力不足です。実際、任せてみれば、投資効果は抜群の質の高いサービス。ネットに限らずですが、今を取り巻く商品は、”目に見えないモノ”、”やってみなきゃ分からないサービス”も多く、商品選択は難しい時代です。が、一方で、サービス提供側もそう感じているのかも知れません。どんな高度な商品・サービスの技術があっても、それをどうお客に伝えればいいのか分からない。ということは、逆に考えると客にとってチャンスでもあるのです。お客が「上手くリードし、情報を整理していく形で提案を受ける」という逆提案営業のスタイルをとれば、様々な専門的サービスを低価格で手に入れることができるでしょう。それが、顧客増からサービス融合による新サービス提供などのスピードを一気に高めてくれることを実感します。当然、会社の収益性もグイグイ上がってきます。

売るのも買うのも”営業力”だと自分の”営業好き”に自信を持たた出来事でした。