

2024.10.10

No.1

## 自分の会社を客観的に見る

加湿器のキャンペーンが始まり、9月、10月に過ぎました。  
「キャンペーン」と聞くと、訪問したり、チラシを配ったり、電話したり  
その時に受注しようとするかもしれませんが、  
でも皆さんはどうですか？いきなり訪問され、紹介された物を  
すぐに購入する時、あまり無いのでは無いですか。  
それなのに企業は、自分達の売りたいものも、売った時に  
売ろうとして、キャンペーンを行います。もちろん、時期を選ぶので  
そのタイミングで欲しい人を掴める事は出来ますが、  
その気のない人に、有名ではない商品やサービスを薦めるのは  
とても難しい話です。そもそも会社の都合で「売りつけよう」とする  
計画になりますと、お客様の事を考えていない場合が多いと思います。  
さて私達のキャンペーンはそのような取り組みはしていません。  
「一方的に売り付ける」から、「欲しいときに声がかかる」になりたと思っています。  
それにはストーリーを思い描かなくてはなりません。  
9、10月は、まず私達のサービスを知らせていただく、覚えていただく  
為の情報の刷り込みの時期とし、無理にお試しを薦める  
ような売り込みはしません。知ってもらい、覚えていただくのが目標です。  
今まで一度も加湿器のレンタルを利用した事もない企業でも  
世の中の様子は毎日変わっていきまから、今年から掃除や  
備品のメンテナンスに時間を割く事が出来なくなる所もあるでしょう。  
大きな会社になればなるほどその傾向は強いと思います。  
レンタルする会社と取引がなくても、フィルターの定期交換や  
水の補充までやってくれる会社がある事は知らずにはいる事は  
検討するかも知れません。  
でも、私たちが伝えたタイミングでは、断られたり、  
無反応ばかりになるので、同じところに声を掛けるのは避けよう  
と考えるかも知れません。そこで私達の知らない所では、  
比較検討が行われているという事をイメージして欲しいのです。  
これは、実際私の耳に入ってきた事ですが、うちの会社には  
問い合わせが全々来ていない時に、他の加盟店には、

2024.10.10

A102

「次のFAXが来てたけど、見積りをお願い出来るのか？」とか、「ダスキンの空気清浄機はやめて、この機種に切り替えたい。水の補充もやってもらいたい」という問い合わせが来ているそうです。それも超大口顧客から。もし、逆の立場で自分のルートの大口顧客から数件、こんな話をされたらどうですか？ 考えただけでも恐ろしくなります。打っ手はないからです。

考えてみて下さい。私たちは加湿器のレンタルサービスを、(株)ダスキンよりも早くスタートし、本部にビジネスの仕組みを教えた側です。なので別ブランドの商材ではダスキンと競合するのは当たり前です。しかし、周りの加盟店はダスキンの商材以外の物は扱う事が出来ません。フランチャイズ規約に抵触するからです。

だから、私たちは無抵抗の相手に一方的に攻めの営業が出来るのです。相手は防御できる状態がこれからは続きます。(ダスキン本部のラインナップやサービスを変えなければ)

私達の企業努力をやめず、本体のリニューアル・価格の改定水くみサービスや、メンテナンス分野のサービスの質を高め続けるならば、差別化は益々顕著になります。

後発で市場を切り崩すには、同じくそれ以上のサービスを低い価格で提供しないと受け入れてもらえませんから、多くの資金が必要と判明。また資金力があるとしても、うちの会社が乗り越えた参入障壁が立ちはたかいますので、簡単にはありません。

またまだうちの加湿器部門は荒削りな所が多いですが、他の会社から見たら恐ろしい存在になりつつある。というのがイヤできたのではないのでしょうか？ (しかし、のんびりと構えていては隙を与えますし、何も考えずにイケイケと進めるのは危険です。

日本で一番最初にカラーテレビを発売したのは芝浦電気という会社です。作れば全て売れる、という状況だったので、生産ラインや施設をどんどん増やし、売上げは倍々ゲームになりました。しかし、松下電気が同じカラーテレビを安い価格で販売し始めると芝浦電気の売り上げは

2024.10.10

No3

一気にガタ落ちとなり、投資回収が出来ず市場から退場して  
きました。私たちが歴史から学ぶ事は多いのでは無いでしょうか？  
テラオーシャンに乗り出した会社は、まず市場占有率を高めなくては  
なりません。我々が言うと、局地的に密度の混みルートを作り高い  
生産性を確保しなければなりません。その上でそのエリアのお客様に  
他には出来ないようなサービスの質の向上を実現するのです。

そうすると、ほかの手に出せない強力な障壁となります。

その為には、すでに手を広げて営業するのではなく、自制を交わがせて、  
顧客満足に投資する必要があるでしょう。

こうして、追従を許さない足場を固め、それを広げていきたいと思っております。  
今回これを都内の重点エリアに築くためにキャンペーンを張っている訳です。  
今までは、コロナバグの影響で、計画も戦略もなく勢いだけで進んできたので、  
広大な地域に生産性の無いルートが何本も出来、機種も絞られていません  
でした。今年からはしっかりと戦略を組み、数年後に固い足場が  
出来上がるようにしたいと思います。

11月、12月に入れば市場の意識は一気に高まります。今情報を打ち込み、  
10月に、二の矢、三の矢と放つお客様が私達を覚えてくださるならば、  
向こうから声は掛かるかも知れません。

でも今回のキャンペーンは数に限りもあります。日頃大切にしているお客様には、  
是非在庫状況だけでも知らせあげて貰いたいと思います。

優しく背中を押すひと言が、後から「ありがとう」と言ってもらえる。

楽しい収穫の仕事となると願っています。

今、チラシや電話で思うような成果が出なくても、その活動は将来  
に向けての計画の一部です。倦まず弛まずコツコツと取り組んで下さる  
ごめするならば、ぜひたくさんのお客様から支持をいただけるようになります  
必要とされる会社になれるのではないのでしょうか。。