



小樽商大 ビジネス・ワンポイント



お客様は「神様」ではなく「営業マン」!?

小樽商科大学ビジネススクール 准教授 猪口 純路

顧客満足で安心か？

アメリカでの調査結果ではありますが、ショッピングなデータがあります。自社からの購入を止めてしまった顧客の60~80%が、直前の顧客満足調査では「きわめて満足」あるいは「満足」と回答していたというのです！

競争の激しい世の中です。たとえ満足している顧客であっても、より魅力的な提案をする企業に乗り換えることは、日本においても不思議ではありません。顧客が満足していそうにみえても、実は安心できないのです。

ロイヤルな顧客が大切

移り気な顧客が多い中で、大切にすべきは、自社の製品やサービスを購入し続けてくれる、ロイヤルな顧客です。端的に言うと、ロイヤルな顧客とのビジネスは、非常に利益が高いのです。

新規顧客の開拓に比べると、ロイヤルな顧客の維持に必要なプロモーション費用は、極めて少額です。また顧客とのコミュニケーションも継続的になるので、その顧客ニーズに対する知識も蓄積されます。顧客ニーズにマッチした製品やサービスを提供できることで、さらに次回の取引が誘発されたり、より高い対価を支払ってもらえたりし、売上高も上昇します。ロイヤルな顧客がもたらす利益は、そうでない顧客の5倍~10倍とする調査もあります。

ロイヤルな顧客は営業までしてくれる!!

ロイヤルな顧客が重要である理由は、もう1つあります。彼らは、クチコミという営業活動を、無償でおこなってくれるのです。

企業による広告や営業トークに比して、信頼関係が担保されている友人や家族からのクチコミには、抜群の説得力があります。ロイヤルな顧客は、無償で新規顧客を生みだしてくれる、あなたの会社の誰よりも優秀な営業マンになる可能性があるのです。

ここで1つ注意が必要です。クチコミはパワフルなだけに、両刃の剣なのです。あなたの会社の製品やサービスに強い不満を持った顧客は、信念

を持って「あの商品は購入すべきではない」とクチコミするのです。

あなたの会社と顧客の間に、「こんなはずではなかった」という不幸な出会いを減らし、「そうそう、こんなのが欲しかった!!」というハッピーな出会いを増やすためには、誰にどのような価値を提供したいと考えているのか、ターゲットとメッセージを明確にすることが大切です。

観光客の多い小樽でのビジネスは世界におよぶ!?

ロイヤルな顧客が次のビジネスを生むという点では、観光客を対象とした小樽でのビジネスには、大きなチャンスがあると思われます。旅先での経験は日常に比べて感動を生み出しやすく、また旅行中の感動体験は多くの人に語りたくなるものだからです。

小樽に来て、小樽らしい食事、買物、宿泊などをして感動した観光客は、ロイヤルな顧客となり、その後も通信販売で小樽の商品を買ってくれたり、クチコミをして次の観光客を生んでくれたり、あるいは小樽を再訪してくれることでしょう。

世界各国から観光客を迎える小樽という街でビジネスをおこなうことで、マーケットを海外にももち、かつそれらの国々でクチコミをしてくれる優秀な営業マンをもてる可能性があるのです。

顧客の分析が必要

ロイヤルな顧客を新たに育成することも忘れてはいけません。そのために自社の利益につながるロイヤルな顧客がどのような特徴を持っているのか、分析を通じて明らかにしておくことが大切です。その特徴にマッチした顧客を新規顧客や取引歴の浅い顧客の中から探し出し、集中的にアプローチすることで、ロイヤルな顧客の効率的な育成につながります。

この分析は、エクセルなどの一般的な表計算ソフトでも効果をあげられると思います。最近では、分析手法についての親切な書籍も増えたので、独学も可能です。もし独学が難しいようならば、本学のビジネススクールへ入学されるか、ビジネス創造センターにご相談してみてください!!