

Management Viewpoint

『“真の顧客”を認識しよう』

2008年のリーマンショック以来、経営環境が激変し、一部では回復の兆しが見え始めているものの、予断を許さない状況が続いている。激変する環境に対応すべく、来期の戦略を検討している企業も多いだろう。戦略を策定するにあたって、自社の「真の顧客」を見つめ直すことお勧めしたい。

以下、事例を紹介する。

【ガソリンスタンド経営A社】

業界の大きな動向として燃料販売は規制業種であり、モータリゼーションの流れに乗って順調に伸びてきた。しかし、石油業界は1996年の特定石油製品輸入暫定措置法(特石法)の廃止によって自由化された。

その後のガソリンスタンド淘汰の流れは周知の通りであり、大型化やスタンド内に飲食店・コンビニエンスストアなどが設置された例を覚えている方も多いだろう。業界の中で、各社試行錯誤を行いながら今に至っている。しかしながら、それでもクローズを余儀なくされているガソリンスタンドは現在でも多い。

A社も例外ではなく苦戦を余儀なくされ、収益を補うために飲食店併設などの試みを展開した。しかし、その試みの多くは失敗に終わり、A社は創業の原点に立ち返った。

元々は法人を主たる顧客として事業を拡大し、発展してきた会社である。創業の原点に立ち返ってみると、「真の顧客」は法人の社長であることに気づいたのである。

今まで打っていた施策は、ガソリンスタンドに来て頂いた顧客に対して、サービスの差別化を図っていた。来店客は顧客に変わりはないが、「真の顧客」ではない。A社にとっての「真の顧客」は車両を有する法人の社長であり、そのニーズを考えると、今までの施策がズレてしまっていたのである。

「真の顧客」を見誤ると、業績には繋がらない。「真の顧客」を明確にし、何を求めているかを考えるのである。つまり「真のニーズ」を深掘りするのである。その上で自社の強みを掛け合わせて策定された戦略は、成功する可能性が高まるであろう。

「戦略のミスは戦術でカバーできない」と言われる。来期の戦略を策定するこの時期だからこそ、経営陣・幹部陣で協力して、自社の「真の顧客」を見つめ直していただきたい。

以上

現場から得た“経営戦略の手法”を“生の声”でご提供！

経営CD



タナベ経営のトップコンサルタントが毎月リレー形式で“今知っておきたい”経営戦略や経営の原理原則をわかりやすい解説をお届けします。

企業様のさらなる成長・発展に向けた戦略構築のために、とるべき戦略の基本方向と、打つべき具体策をご提案。自社の問題発見とその対策ツールとして、自己啓発教材としてお使いいただけます。

年会費：12,000円(消費税込)

配信日：毎月1枚 年間12枚配信 / 収録時間約30分(1テーマ約15分×2)

※ご入金確認後、配信させていただきます。年会費制ですので、期間途中の返金はいたしかねます。

お申込欄 FAX:06-7177-4026

| | | | |
|-------|------|------------|--|
| お申込者名 | ふりがな | 部署 お役職 | |
| | | | |
| ご住所 | 〒 | | |
| TEL | | 配信先 FAX | |

お問合せ

(株)タナベ経営
マネジメントパートナーズ本部

TEL :06-7177-4006
FAX :06-7177-4026

FAXにてお申込下さい

「個人情報のお取り扱いについて」

タナベ経営では、個人情報の保護につとめております。詳細は弊社のプライバシーポリシー(<http://www.tanabekeiei.co.jp/policy/>)をご覧ください。なお、ご記入頂いたお客様の個人情報は、当該会員・セミナー・商品のお申込に関する確認・連絡および経営情報・催物などのご案内をお送りさせていただく際に利用させていただきます。