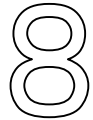




本田税理士事務所
HONDA LICENSED TAX ACCOUNTANT OFFICE

お客様とのコミュニケーションレター

キャッチボール



2009
No.001

■マーケティング基礎講座 ～増販増客メソッド 『CTPTマーケティング』

マーケティングとは日本語だと『売れる仕組み作り』『お客様作り』と訳するのが最も適しています。CTPTマーケティングは一般的に言われているマーケティングとは異なり、決して難しいものではなく、かつコスト負担も比較的軽く済みます。

CTPTマーケティングとは？

CTを合致させる＝お客様のことを真剣に考える

まずCはコンセプト、そしてTはターゲットの頭文字です。ビジネスには必ずその商品・サービスのコンセプトがあり、それを購入するお客様や見込客、つまりターゲットがあります。そしてこの二つの整合性はとても重要です。皆さんの会社の商品・サービスはコンセプトとターゲットが合致していますか？ 本当にターゲットとなるお客様が求めている商品やサービスになっているのでしょうか？ 技術や発想を過信し、自分志向になっていませんか？ 真剣に取り組み、夢中になるあまり、周囲が見えなくなりそれに気づかないままビジネスに苦戦することはよくあることです。また、時代の流れとともに整合性がとれなくなるのもCTの特徴です。常にお客様の気持ち（お客様志向）になって真剣に考えてみるのが大切です。

実はこのCTが合致すると、わりと単純なマーケティング手法で売れることさえあります。CTの整合性を図ったら、あとは広告やパブリシティで広く告知する、といった方法です。「良い商品を作れば売れる」と思っている方々はそのような成功体験があるのかもしれませんが、そう、高度成長時代にマーケット全体が成長していたときの体験です。

現在のような経済状況の中、そのような方法で売れる事例は数少なくなりました。また、もし売れることがあったとしても、CTの整合だけだと売れる状況を「継続する」ことができません。ブームやにわか需要で終わってしまうのです。

お客様の「気持ちの移り変わり」を考えてPTを設計する

そこで登場するのがP（プロセス）とT（ツール）です。「プロセス」とは営業・販売プロセスのことで、個々のお客様＝「個客」がその商品を知ってから、購入・継続するまでの「気持ちの移り変わり」のことです。次のように、いくつかの段階にわけて考えます。

認知→関心→調査→意欲→購入→継続（顧客心理段階）

そしてお客様に、「購入・継続」までの階段をスムーズに上ってきてもらうために、それぞれの段階で、DMやチラシ、電話やメール、プレゼンテーション機材、お礼状や個別提案書、クーポンやポイントカードなどを的確に活用します。これらが「ツール」なのです。顧客心理段階をとらえたプロセスとツール（PT）の設計が、増販増客実現への近道なのです。（つづく）

■スタッフコーナー 今月の担当：荒川一絵

はじめまして まずは自己紹介からさせていただきます。スタッフの荒川一絵です。（いちえと読みます。変わった名前ですねと、よく言われます。）本田欣之先生の後輩というご縁で、この事務所で働かせていただいています。この度、事務所通信を毎月出すということになり、スタッフ交替でこのコーナーを担当します。よろしく願いいたします。

でかけてきました 7月のはじめにグリーンセンターに行ってきました。もう暑い時期なので外で遊ぶのは大変になってきますが、この日は比較的涼しく過ごしやすかったです。今の時期は芝生がかなり成長していて、裸足で歩いていると気持ちがいいですよ。鈴虫を無料で配っていたのももらってきました。今も家で元気で鳴いてくれています。カワセミも見ることができました。自然がいっぱいで休日にのんびり過ごすのにお勧めです！

■社長必読！お勧め記事 『不況期に生まれたビジネス』記事提供：株式会社上坂経営センター

不況期には新しいビジネスモデルが生まれています。

73～74年に日本ではオイルショックがありました。その時代に日本で生まれて、その後、新しいビジネスモデルになった代表的なものが、コンビニエンスストアとファーストフード店です。いずれも「便利、簡単」というようなキーワードがビジネスになっています。

次に70年代後半から80年代初頭の第二次オイルショック時に生まれた新しいビジネスが、レンタルビデオ店や家庭用TVゲームです。いずれも「家庭で楽しむこと」がキーワードになったビジネスです。そして、90年代のバブルの崩壊後に新しく生まれたのが、ユニクロ・100円ショップという新しい業態です。いずれも、「消費者がお値打ちと感じる価格帯で儲かる新発想のビジネスモデル」です。このように不景気時には、必ず新しいビジネスモデルが誕生しています。

はっきりしているのは、これらを生み出し、広げた経営者は、世の中が不景気ということをチャンスに思って、果敢にチャレンジした人です。その他大勢と同じような発想をしていた人ではありません。このことは歴史が証明しているのです。

どの経営者も、経費削減は、それなりにしているでしょう。でも、これは誰でもできることです。大切なのは、その後、何をするか。経費の削減は、従業員、その会社にいるまわりの業者さん達を巻き込みました。これは、過去の信頼を取り崩したことです。次は、再度、信頼を創り上げることをしないとなりません。それこそが、経営者の仕事ではないでしょうか。

常識的な線で考えるとこれから少なくとも2年は不景気が続くと思われませんが、それをチャンスと思い行動できる人が、次世代に飛躍するのではないのでしょうか。(了)

■お知らせ 詳細はお問合わせ下さい！

◎事務所通信『キャッチボール』発刊（毎月5日）しました。お客様からの声お待ちしております！

◎8月12日から8月16日まで夏休みとさせていただきます。

◎9月16日に飲食店向けセミナーを浦和で開催予定（共催：株はじめの一步）

■編集後記

8月1日をもちまして我が事務所もおかげ様で8周年を迎えることができました。これを機に事務所通信を毎月発行いたしますのでお楽しみください。さてこの8年間を振り返ってみますと、最初の2、3年間はただスタッフに支えられそのまま目の前の仕事をこなしてきただけでした。やっと経営者としての意識が芽生えだしたのは4年目あたりからでした。まずHPを妻につくらせ、とにかくお客様の数を増やすことにチャレンジしました。3年前からは経営計画書を作成し、本格的に事務所改革を進めました。その改革をいくつかご紹介しましょう。まず、経営理念をつくりました。具体的な数値目標、その結果もスタッフに公表しています。また毎月、ミーティングと研修会も行っています。行動計画では、お客様が事務所へいらっしゃった際には仕事を止めて立ち上がりご挨拶をすること。毎朝全員で事務所の中はもちろん、事務所の外周りを掃除すること。給料日には残業を禁止し定時の退社を義務付けています。これらはほんの一部で、その他多くのことを改革しました。また、進行中です。この事務所通信もそのひとつです。もちろんこれらのすべてにちゃんと意味があります。これからも『お客様の発展・繁栄をサポートしお客様とともに成長し続ける会計事務所』として精進いたしますのでどうぞよろしくお願い申し上げます。



本田税理士事務所
HONDA LICENSED TAX ACCOUNTANT OFFICE

☆お客様からのご意見、ご感想、ご質問、ご相談、ご要望、クレーム等、何でもけっこうですので、下記までお寄せ下さい。お待ちしております！

〒335-0004 埼玉県蕨市中央1-8-7 A-LIFE2F

TEL : 048-431-2771 FAX : 048-431-2786

URL : www.zeirishi-honda.jp メール : info@zeirishi-honda.jp

営業 : 9 : 00 ~ 17 : 15 第1第3土曜日・日曜祝祭日休み