

はじめてのBtoBマーケティング

第38回

いまさら聞けない
マーケティングの基礎

この連載ではBtoB分野のマーケティングを「目からウロコが落ちたように」くっきりスッキリと理解していただき、今すぐ使える手法と発想をお届けします。

年度が替わり、新たにマーケティング業務に着任された方も多いのではないのでしょうか。私が講演するセミナーにおいても、この時期にはマーケ担当になった方々が多く参加されます。そこで今回は、マーケティングという活動の基本中の基本をご説明させていただきます。

●会社経営に絶対必要な二つの要素

経営において、絶対に必要な機能は「マーケティング」と「財務」です。この二つがしっかりと置いてこそ、事業戦略が成り立ちます。マーケや財務が疎かな企業が、立派な事業戦略だけを立案したとしても、しょせん絵に描いた餅です。戦略を実現する力、それが「マーケ」と「財務」。つまり、まずは「マーケ」と「財務」があり、そこに「事業戦略」加わることで「経営の三本柱」となります。

●マーケがしっかりすれば営業力も上がる

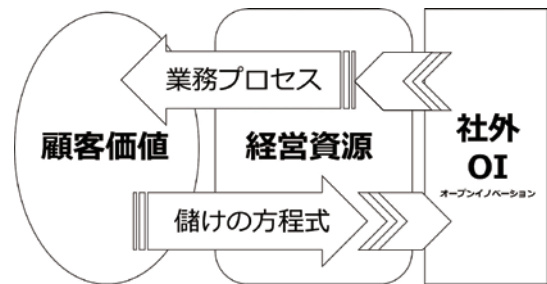
マーケティングを狭くとらえると「販売プロモーション」だけをすればよいという考えもあります。プロモーションは、マーケの“4P (Product、Price、Promotion、Place)”の中の一つです。ですが、このレベルの発想の企業に躍進企業は存在しません。景気の良い時にはそれなりに儲かり、景気が落ち込むと売り上げも一層落ち込むという、景気に追随した成果しか得られません。

マーケティングの根幹は、儲けの方程式を創り出し、その方程式が実現する業務プロセスを構築し実行させることにあります。「業務プロセス」と書くと、営業部門や販売部門の仕事のようにお感じになるかもしれませんが、たしかに、日々の業務に携わるのはそうした実務部隊ですが、業務プロセスを企画し構築し、支障なく実行できるように整えるのは、マーケティング部門の仕事なのです。

「我社は営業力が弱くて」という悩みを持つ企業も少なくありません。しかし、実際には「マーケティング能力がない(弱いのではなく、ないのです)」ために、正しい営業プロセスを構築できていないことがほぼ全ての原因です。マーケティングの能力が備わっている企業は、現状の人員のままでも営業力を大幅に向上させることが可能です。

●マーケの仕事とは

実は、マーケティングの仕事は、極めてシンプルで簡単な構造です。マーケの構造を示したのがこの図です。



手順としてはこうです。「1.顧客価値を作る」「2.儲けを生み出す方程式を作る」「3.その方程式が実現する業務プロセスを作る」「4.実働部門を教育し実行させる」という4つの手順です。

これらの4つの手順を実行するために使う道具が「フレームワーク」です。書類を作成する時にも、文章ソフトや表計算ソフト、あるいは描画ソフトといった道具を使いますね。また、書類を製本する時には、ステープラーや製本ファイルなども使います。このように、道具を使いこなすと、仕事がはかどります。PEST、5フォース、4P、PDCA、SWOT、STPC、KPI、OKRなどなど。これらは、全てマーケの仕事の道具です。使いこなすことが大切で、道具に使われているようではダメですね。道具の使い方がわからなければ、外部に委託するのも良い方法でしょう。

マーケの仕事の中でも、最も重要な仕事とは、「儲けの方程式」と「業務プロセス」の部分です。顧客価値を創出することがマーケではないのか?と思う方もいるかもしれませんが、売り手側として考える場合には「顧客価値」は副次的なテーマです。

●企業にとって大切なことは「儲けの方程式」の実行

企業で働く社員様、そして経営者の幸せのために、まず大切なことは「収益が得られるコト」です。収益を得るために必要となるのが「儲けの方程式」なのです。ただし、この方程式は万能ではありません。時代の変化や環境変化に応じて方程式もバージョンアップさせなければならないのです。例えば、「1+1」はある条件の時には答えは「2」ですが、時には「1」か

かもしれません。エジソンは、ふた塊の粘土を合わせたら(1+1)、大きな一塊の粘土(1)になると、小学生の時に質問し教師を困らせたそうです。

ネジは安いものである、だから、大量に売らねば儲けが出ない。というのは、ある時代の儲けの方程式でした。その方程式に基づけば、小ロット販売などは非常識でした。しかし、ホームセンターでは10~20本単位で売られています。さらには、工場向けネット通販では、1本1000円以上のネジやボルトが売られています。同じネジという製品分野でも、儲けの方程式が変われば、価格も売り方も全てが変わります。

儲けの方程式が変わる時、顧客への提供価値も同時に変わります。つまり、儲けの方程式を変えざるを得ないから、顧客への提供価値も変化する、というのが現実の姿です。今の方程式で十分な収益が出ているにもかかわらず、新しい顧客価値を創出するというのは、今儲けを出している方程式を自己破壊するにすぎません。たしかに、顧客第一主義という美談でとらえるならば正しいことのように見えますが、企業経営の観点からは誤った行動ではないでしょうか。

●儲けの方程式が変われば業務プロセスも変わる

1本1円のネジを売る時と、1本1,000円のネジを売

る時では、業務のプロセスは変化します。1円の時の業務の常識で1,000円のビジネスをすれば、必ずほころびが生じます。

儲けの方程式に最適な業務プロセスを構築する。そして、組織能力としてそれを実行できるように社内をマーケティング(啓発・教育)する。ここまでのことを仕上げる能力がマーケティング能力です。

マーケの能力が備われば、企業は躍進します。マーケご担当様の腕次第ですよ。

<東京開催セミナーのご案内>

日刊工業新聞社主催セミナー「いまさら聞けないBtoBマーケティング」講師：中井 淳夫
2017年6月5日(月)10時 詳しくは日刊工業新聞社ホームページご参照



著者 ● 中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役
BtoBマーケティングを専門にしており、昨年開催したセミナーの受講者は700名以上。受講者の96%が満足し、企業規模にかかわらず活用できる内容と高く評価されている。一般社団法人組織内コミュニケーション協会を創設し代表理事を務め、産学連携で躍進企業の社内マーケティングを研究してきた。相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp

商品名「ムーブック」 ※ボタン位置は2パターン

パツ
と開くだけで、
**動画を再生する
パンフレット**

開けば自動再生、閉じれば電源オフ。
約200gの軽量さだから、アポが取りにくいキーマンにもダイレクトに郵送できます。

会社支給PC・タブレットで

You Tube 閲覧禁止企業 全体の42.4%

販促に、顧客開拓に、研修に、動画を活用したい!!けど、
You TubeもDVDも視聴厳禁!が増加中。
パソコンにはDVDやCD再生するドライブが無い。USBメモリーを差すこともセキュア違反!

動画を見てもらえない?!
そんなジレンマを、ムーブックが解決します。

| | | |
|------------------|----------------------------|---------------------------------|
| Web閲覧を制限している企業割合 | ・101~1000名規模の企業..... 66.4% | ・製造業は特に制限が厳しい..... 74.3% |
| | ・1001名~規模の企業..... 89.2% | ※キーマンズネット2015年9月Webアンケート(N:365) |

製造 株式会社ワイノット取次代理店
株式会社 創英 お問合せは **b2b@soway.co.jp**
ムーブック取次代理のお問い合わせは
TEL 03-5225-1031 もしくは b2b@soway.co.jp
〒162-0811 東京都新宿区水道町3-14 神楽坂Nビル