

連載

目からウロコがぼろぼろ落ちる

はじめてのBtoBマーケティング

第6回

勝つBtoBマーケティングの第一歩

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。

マーケティングの目的とは、もちろん企業収益を高めることです。しかし「戦いの目的は勝つこと」という発想からは戦略が生まれず、収益だけを考えていても有効なマーケティング戦略は生まれません。どうすれば儲かる状態になるのかを考える、ここから戦略的なマーケティング活動が生まれます。

●マーケティングとは販売の苦勞を無くすこと

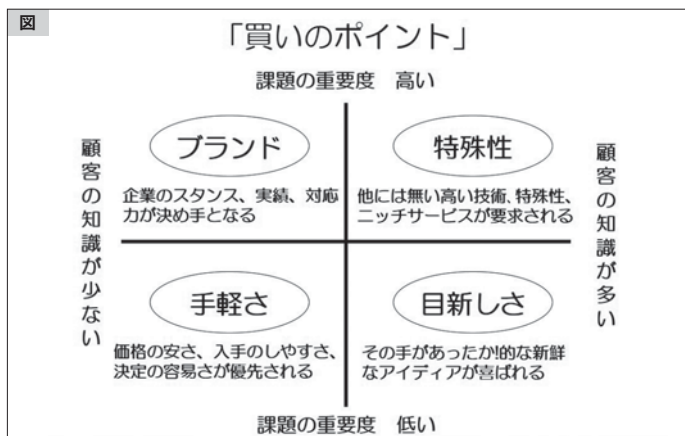
マーケティング活動の目的を一言でいうと「販売の苦勞を無くすこと」です。販売促進はマーケティングのほんの一部、セールスプロモーションという活動です。特に、BtoBのマーケティングでは販売促進よりも、営業推進が重要です。

販売と営業の違いについては、バックナンバーで詳しく説明しているのをご参照ください。一言でいうと、販売は商品と対価を交換することで、営業とは販売の場面を作り出す行為です。

BtoB企業が販売促進に走り、営業活動を疎かにすると「コモディティ化（価格と品質と納期対応による競争）」に陥ります。コモディティ化というのは「商品化する」という意味で、消費者には技術力などを評価する能力がない場合に、価格や手軽さだけで購入が決定されることを言います。BtoB分野でコモディティ化が進んだのは、安価な中韓メーカーの台頭なども大きな要因ですが、BtoBマーケティングの過ちにも看過できない要因です。

●需要に応えれば売れる、だがしかし……

その昔の「市」や「展示商談会」を立てればモノが



売れた時代。需要があり、需要に応える供給者を結びつけることでモノが売れました。「商品を並べれば売れる」「技術があれば必要とされる」というのは、顧客自らがニーズを理解していて、それに応えるモノやサービスが不足している時代の出来事です。

しかし、今日では「自らが何を欲しているのかを理解している顧客」はインターネットを使って「売り手を探し出す」ことができます。その上、経済が成熟するほどニーズは多様化し、いわゆる多品種少量化が進みます。需要はニッチ化し、購入者はより安価に提供する販売者をネットで検索できる時代。多品種少量でなおかつ安く、つまり、今日では、需要に応えても儲からない構造になっています。

●高くても売れる企業と価格競争に苦しむ企業

一昔前のマーケティングの王道は、ニーズに応えること、その次には潜在的なニーズを発見することでした。しかし、ニーズに応えても儲からないという今日、どうすれば販売の苦勞を無くし利益を上げることができるのでしょうか。「0」が一つ多くても注文が殺到している企業がある半面、同じ業界にもかかわらず価格競争に苦しむ企業もいる、この二社の違いはどこにあるのでしょうか。

●その違いはバイイングポイント

売り手にとっての差別化が「セールスポイント」、それに対して「買いを決定するのがバイイングポイント」です。しかし、バイイングポイントは顧客ニーズではありません。さらに大切なことは、バイイングポイントとは売り手が市場を啓発して作り上げるものです。

図は、課題の重要度と、その課題に対する顧客の知識という二軸で示した「バイイングポイントのポートフォリオ」です。知識に注目してご覧ください。

例えば、水という製品を例に考えてみましょう。昭和の頃には、多くの日本人はペットボトルの水を購入することなど考えもしませんでした。しかし、水に関する不安や知識が増えるほど、水に対する重要性は高まり、今では大きな消費財市場へと成長しました。工業用途ではさらに顕著で、水は重要な生産財として多額の投

資も行われています。そして、今日の水市場においては、知識が少ない購入者は安さかブランドという二極化に、知識の多い購入者は目新しさかより高性能という二極化に進んでいます。

教科書的なマーケティングセオリーでは、潜在的なニーズを掘り起こした、と言われます。ニーズとは必要性的ことで、顕在化したものだけがニーズです。潜在的なニーズとは、何かの気づきや、新たな知識によって作り出された必要性であり、まさにマーケティング的な仕掛けによって生み出されるものです。

●ルールを作るものが有利

自社が戦っているのはどのカテゴリーなのか、ぜひ振り返ってみてください。そして、どのカテゴリーで戦えば自社の強みが発揮できるのかを見極めてください。強みが発揮できる領域で戦うことができれば、販売の苦勞は必ず少なくなっていきます。もしも、手軽さで戦うならば、24時間365日全世界に対応できるような手軽さを目指せばNo.1の座を得られるかもしれません。ブランド化で勝負するならば、社員教育を徹底してモノづくりのスタンスを社員に徹底することが効果を生み出すでしょう。

しかし、すべてのポジションで重要なのは、他社が作ったバイイングポイントに従うのではなく、自社の力が最大限発揮できるバイイングポイントを作る努力を続けることです。戦いは、ルールに従う者よりも、ルールを作る者が常に有利なのです。他社が作ったバイイングポイントを「市場ニーズ」と勘違いして、従順にしているのは勝つマーケティングは実践できません。市場全体のバイイングポイントを形成することはできなかったとしても、目の前にいる一社、その「個」客のバイイングポイントに注目してください。勝つマーケティングとは、そこから始まります。

今、どのポジションで戦っていますか？

どのポジションで戦えば、御社の強みが発揮できますか？

どうすればよりよいポジションに立つことができますか？

この問いに応えることが、勝つBtoBマーケティングの第一歩です。

著者 ● 中井 淳夫
 株式会社創英代表取締役、一般社団法人組織内コミュニケーション協会代表理事、学生が集まる大学づくり委員会事務局長を務める。BtoBマーケティングに必要なツール制作やITシステム提供、コンサルテーション、企業向け研修などを行う。
<http://www.soway.co.jp>
 質問・問合せ b2b@soway.co.jp

SMASSh (スマッシュ) これはAR広告です。無料アプリLayarをインストールしたスマホやタブレットをかざしてご覧ください。

SMASShは、動画とスライドをシンクロしたコンテンツを配信するシステムです。
BtoBのプロモーション、セミナーや研修など、多くの企業に採用されています。

PC・タブレット・スマホのマルチデバイス対応
最新のスマホ機種などにも自動的に最適配信をします

動画とスライドをシンクロする制作システムが無料
配信サーバーをご契約いただく、無料で制作できます

ID/パスワード管理、公開設定、有料課金配信に対応
<用途例> 社員研修、プロモーション、有料セミナーなど

利用料金は動画容量に応じた月額固定
コンテンツ再生回数や、同時アクセスによる追加費用なし
 ・初期費用10万円 月額利用料4万円～(税別)

SMASSh 開発元 株式会社シエロアール 特許出願中(出願2009-228071)
※商品写真および画面はイメージです。実物と仕様が異なる場合があります。
 この広告に記載されている会社名、システム名、製品名は登録商標または商号です。

SMASShとAR広告のお問い合わせは
 株式会社 **IPX/創英** E-mail: b2b@soway.co.jp TEL. 03-5291-9398
 東京都品川区東品川2丁目3-10 シーフォートスクエア 8F IPXオフィス

資料請求番号 1140603301

★名刺★ 名刺発注から納品までを最大限に高速化。お客様はWeb上で必要最小限の情報を入力するだけで、24時間いつでも発注・校正ができ、高品質な名刺をスピード納品することが可能になりました。

翌日納品1,000円ギリは常識?!

①リアルタイム校正・ご発注 → ②印刷・裁断・出荷 → ③納品 最短で翌日納品

《ビジネスモデル特許取得》

①リアルタイムで校正・ご発注 PDF

②印刷・裁断・検品・出荷 PDF自動生成

LowCost **トータルコストの削減をお約束します!**
社内・社外に制作発注することなく、名刺担当者以外でも簡単に発注が可能です。また、単価(100枚/箱)を下げ、さらに名刺発注業務の効率化によるトータルコストの低減効果大! ※初期のデータベースの設定やシステムの構築費用が別途必要になります。

Speed **発注時間おおよそ60秒! 翌日納品可能!**
独自のPDF生成技術により、仕上がりイメージもリアルタイムに確認できます。Web画面からいつでも発注でき、全自動化されているため、納品まで最短1~2日という短納期を実現しています。一日12:00迄のオーダーを翌日お届けになります。

Quality **デジタル管理で常に高品質!**
コーポレートアイデンティティ(CI)やビジュアル・アイデンティティ(VI)に沿ったデザイン・フォーマット等のデザイン情報をデジタル管理するため、名刺担当者が変わっても品質の一定化が可能です。

Security **個人情報をしっかりガード!**
プライバシーマークも取得済みです。また、IT業務に精通した技術者を背景にSSL通信・IP制限ファイアウォールを設けており、セキュリティ面でも安心してご利用いただけます。

Customer Service **導入後も安心のサポートです!**
ご利用開始後も、専用のカスタマーサービス窓口を通じて、ご不明な点などを丁寧にサポートさせていただきます。また、大規模な組織変更や人事異動時などもおまかせください。

ZAP ZEST ASSEMBLER OF PROMOTER

ザップ(株) :ワタナベ・タノウエ TEL. 03-5433-9663
 東京都世田谷区代田5-28-7桜井フラット102 www.zap15.co.jp

資料請求番号 1140603302