

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17回 畑のことは畑で話す

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。

すべての競争において、敗因の9割は自滅だといえます。

特に、ビジネスでの敗因の99%は自らにあります。しかし、敗因の99%が自分にあるのだから、努力と工夫と改善によって勝つことができる、と言えるのです。

「安売りされる法則」も自滅であり、自滅だからこそ克服すると大きな強みとなります。

〈安売りされる法則〉

- (1) 知られていない
- (2) 伝えたいストーリーがない
- (3) 応援してくれるファンがない

この3つです。逆説的に言うと、この3つさえ克服できれば安売りから脱却できるといえます。今回のテーマは、BtoBにおける「伝え方の重要性」です。

●BtoBだからこそ、伝え方が大切

コミュニケーションにおけるメッセージは、発信した内容がそのまま伝わっているのではなく、受け手の中で再構築されています。

言葉（文字）・写真、スペックデータなどの内容。そして、メッセージを受け取ったときの「場の雰囲気」などが、受け手の心の中で相互作用して、意味が再構成され、メッセージが伝達されています。

この時、伝える内容よりも、見た目や雰囲気が強く影響しています。端的に言うと「内容よりも、伝え方でメッセージの価値が決まる」のです。

しかし、伝え方という「いわばイメージで価値が決まる」のはBtoCであって、BtoBには当てはまらない、とお考えになる方が多いでしょう。実は、BtoBだからこそ、伝え方がますます重要になっているのです。

法人間取引で、発注先の選択を間違えたら？ 発注担当者はひょっとしたら、ボーナスの査定が悪くなるかもしれません。重要な選択であるほど、しくじった時に「ご担当本人が被る迷惑」は、法人間取引では甚大だといえます。個人（消費）なら、損をしたところでその買い物だけのことです。

●メッセージは、受け手の心の中で再構成されている

「知られていない」とは、伝わっていないということですが、では、なぜ伝わらないのか？

それは、ストーリーが無いと、情報が相手の心に入っていないからです。

ストーリーというと、ドラマチックに演出された何か特別なこと、とお感じになるかもしれませんが、そんな特殊なものではありません。

人がメッセージを受け取った時に、どのような要因がどの程度影響してくるのかを調べた研究の結果を紹介します。まず、伝えている内容はわずか7%しか影響を及ぼしていません。では、残りの93%はなにか？

それは、いうなれば雰囲気です。ビジュアルとボイスという、いわば雰囲気（言葉以外＝ノンバーバル）に人は強く影響されます。

図1

メッセージの受け手は 内容以外に影響されている

内容 見た目
7-38-55
話し方

VERBAL (バーバル)

何をしゃべっているか、という「内容が7%」

VOICE (ボイス)

声の質やトーン、大きさとか「話し方が38%」

VISUAL (ビジュアル)

姿勢、仕草、身なりといった「見た目が55%」

BtoBのビジネスといえども、人間と人間のコミュニケーションの上に成り立っています。

論理的判断をしているつもりでも、人は、いわば雰囲気に強く影響され、言葉・情報で与えられた内容を「良くも悪くも誇大に解釈」して理解と吟味をしています。

●畑のことは畑で話す

最近では、有機栽培など「こだわった野菜」も増えてきました。そんな野菜の魅力を強く印象付けるのは、「実際の畑で話を聞いたとき」です。土のにおい、ほ

ほをなでる風、陽射しのまぶしさ、その場で感じる臨場感が言葉以上のメッセージです。**93%**の影響力で伝わります。そこに、**7%**の言葉が重なった時、ストーリーがおお客様の心の中に生まれます。

そうなのです。ストーリーとは、**93%**の臨場感や雰囲気を感じたことで、メッセージの受け手の心の中に生まれるものなのです。ストーリーだけを語っても、結局はバーバル（中身）として**7%**しか影響を与えられないのです。

BtoBに応用すると、「品質のことは工場で話す」「技術のことは研究所で話す」…。この発想から、今、自社の工場や研究所にお客様を呼んで「わが社を感じ取ってもらおう」プライベートショーに取り組む企業が増えています。

●「工場で語る」というマーケティング手法

例えば、工場にはモノづくりの「執念」「魂」「思い」が詰まっています。今まで、様々な工場を拝見してきました。自動化が進んだ今だからこそ、一層感じるがあります。それは、働く人も含めて「モノを生み出すシステム全体」が発する雰囲気（メッセージ）は、工場ごとに違いがあり、感動を生む、ということです。

お客様の元に営業マンが通っても、お客様を工場にご招待しても、どちらも経費がかかる。同じ経費をかけるなら、お客様を工場にご招待して、じっくりと商談をするほうが「効果的」である。こういう考えで、海外からもお客様を招待して、工場で商談を行い、一年分の取引をまとめてしまう企業があります。

工場の歴史や雰囲気から、お客様はストーリーを感じます。ストーリーを感じると、人は自らの言葉でそれを他人に伝えたくくなります。言葉はさらに伝わり、理解者と応援者を増やします。そして、自ら（お客様）の言葉で話したことは自らの記憶に刻まれ、忘れません。

このようにして、安売りされる法則を覆し、販売の苦勞をも解消してしまうマーケティング手法。ぜひ取り入れてみませんか。



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



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、多くの成長企業に採用されています。



●SMASSh 開発元 株式会社シエロアスール 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。

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と、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とAR広告のお問い合わせは

株式会社 創英

〒162-0811 東京都新宿区水道町3-14 ビズフィールド神楽坂
E-mail : b2b@soway.co.jp TEL. 03-5225-1031 FAX. 03-5225-1032