

はじめてのBtoBマーケティング

第86回

お客様こそが目的

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。

今どきのビジネスマンなら、「マネジメント」は日常茶飯に使う言葉でしょう。辞書を紐解くと、ビジネスマンは本来「実業家」、昨今では仕事をしている人という意味です。仕事をしている人の事を、一昔前は社会人という言い方をしました。社会人の身だしなみ、ビジネスマンの身だしなみ。意味は同じでも、カタカナ語を使うとなんだかカッコよく感じてしまうのは筆者だけでしょうか。

マネジメントという言葉は、そもそも「管理」という意味。「A>私を管理してください」「B>私をマネジメントしてください」。Bの「私」は有能に育つ感じがします。

●マネジメントって何だろう

マネジメントとは、要は「管理」。では、「管理」って何でしょう。

管理職・施設管理・データ管理、仕事の場には管理という言葉がたくさんあります。辞書を紐解くと、管理とは「良い状態に保つこと」。さて、ここからが大切な点です。良い状態とはどんな状態でしょう。機械や設備なら常に求める性能が持続できると、良い状態ですね。では、組織管理や、部下の管理という場合の良い状態とはどんな状態を指すのでしょうか。誰にとって、どんな状態が、良い状態なのでしょう。

●管理は目的とワンセット

良い状態とは、目的に適している状態の事です。目的が利益の場合、利益を出すにふさわしい状態が良い状態。赤字を出すのは悪い状態です。

設備と利益を比べて、管理のイメージを広げてみましょう。

施設が故障しないようにするのが「管理」で、故障してから行うのは「修理」です。重要な施設の場合、修理は待った無し、しかも予定外の費用がかかります。また、修理の間は、稼働を止めざるを得ないので、損失を生みます。赤字も同様で、金利のかかる「割高なお金」を投入したり、体質改革をスピーディーに行う必要があります、時にはリストラといった痛みを伴います。

さて、「修理的な対応」を避けるために必要なのが「計画」です。計画とは、未来の状態を「目的」に、これから行う「手順」「基準」を定める事です。計画は立

てただけではダメで、管理とワンセットでなければ機能しません。この場合の管理とは、「計画と現実のギャップを修正する」ことです。旅行の行程（計画）を例にすると、ダイヤ乱れや、楽しさに時間を忘れてたり、行程表（計画）とのズレが生じる事があります。ズレを見つけて、調整することが「管理」ですね。でも、行程表（計画）が無いと、ズレはわからないから、管理もできませんね。当たり前のことですが、計画と管理のワンセットという基本が壊れると、「暴走している計画」や「目的不明な管理」という異常の恒常化を起こします。

●目的こそがすべて

「目的」に適している状態が良い状態。良い状態を維持するための「手順」「基準」を定める事が「計画」。だから「管理」とは、計画と現実のギャップを修正して、良い状態を作り出す事ですね。管理の起点は「目的」にあるわけです。目的設定が悪いと、計画も管理もすべてが悪くなります。旅行を例にして「目的」のイメージを広げます。どこか、行きたい場所を思い浮かべてください。その場所をゴールとします。地図アプリで経路検索すると、いくつかの経路候補が出ますね。目的地点（ゴール）は一つでも、ルート（計画）は複数あり得ます。さて、地図アプリで探す経路の場合には、「悪の道」というような反社会的な方法は表示されませんが、「利益」を目的にした場合には「悪の道」も存在します。かつて様々な悪の道がニュースになりました。「産地偽装」「リコール隠し」「粉飾決算」etc、悪の道を使った結果もニュースでご承知の通りです。

カンフル剂的に危険な目的を経由せざる得ない事もありますが、健康な時には健全な目的設定で計画し管理することが「健全経営」の基本です。

●健全な目的とは、顧客

顧客といっても、今日の前にいる顧客ではなく、3年後・5年後・10年後の未来の顧客の事です。未来のある日の取引を夢見てください。あなたのお仕事に十分な対価を支払い、あなたのお仕事に感謝している。そして、あなた自身の価値を認めて尊敬と共に、あなたの幸せを思ってくれる。こんなお客様と取引しているとしたら、どんな気持ちで仕事に取り組めるでしょ

う。会社の業績は、利益は、社風はどんな感じだと思いますか？

こんな都合の良い顧客がいるわけがない！、と思われませんか？

はい、こんな都合の良い顧客は、まず居ません。だから、このような顧客を創造するのです。江戸時代の商家で現在の大手商社の原点の教えに、「客の求めに従順なるは、下の商売。客を育て、自らも育てこそ、真の商人。」という教えがあります。江戸の時代から、顧客は探すものではなく創造していくものだ、というのが日本古来からの経営学。



●理想の顧客が選ぶのは

さあ、大切なのはここからです。「夢のような顧客と出会ったとき、あなた（我が社）はその顧客に選ばれるか？」と自問することが大切なのです。そうです。「自らが創造した夢のような顧客に選ばれる」これを最上位の目的に据えると、計画と管理が大きく変わってきます。

「理想の顧客に選ばれる我が社が、良い状態」なのです。この状態を維持し高めていくための、計画と管理（マネジメント）なのです。



著者 ● 中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役
 NHNホールディングス株式会社 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。著書「誤努力」が、流通科学大学、神戸芸術工科大学のテキストとして採用された。
 相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp

水を変える革新技術をより多くの方に使ってほしいから

今だけ **お試し価格でご提供!**

目に見えない **小さな泡の先端技術**

限定10台!

キャンペーン期間 2021年8月31日まで
*無くなり次第終了

「ウルトラファインバブル技術」をお得にゲット!!

洗浄等の実用分野から研究開発用途にまで幅広く使えます

油污れ除去 / 壁・床面洗浄 / 車輻洗浄 / 半導体洗浄 / 大理石洗浄 / コンクリート・モルタル洗浄 / 排水処理 / 尿石除去 / 化粧品開発 / 金属加工・研削効果実験 / ノンケミカル洗浄実験 / 除塩・スケール除去効果実験 など

▶ ご活用例を動画でご覧いただけます



業界最高水準

2億個/mlの高濃度UFB水を毎分2ℓ吐出
 アイドルタイム無しで瞬時に生成

持ち運べて便利なキャリー式

水を入れるだけで使える簡単操作

充電型バッテリータイプ



ウルトラファインバブルの活用はSDGs (持続可能な開発目標) の実現にも貢献します

お問合せ・資料請求は下記まで

「日刊工業新聞の広告を見た」とお伝えください

■ 販売

株式会社マインドシェア

〒108-0073 東京都港区三田 3-2-8 Net2 三田ビル

03-6823-6211 平日 10:00 ~ 17:00

info@ufb-m.com

ウルトラファインバブル マインドシェア



■ 製品企画

NHNホールディングス株式会社

〒178-0063 東京都練馬区東大泉 7-15-27-307