

MiraQ LETTER

一般社団法人未来に輝く企業づくり研究会

VOL. 05
2025.08

Introduction

定例研究会第5回が開催！

2025年8月8日（金） MiraQ定例研究会の第5回が開催されました。今回は、現地19名、オンライン8名と合計27名の方にご参加いただきました。8月のテーマは「販売戦略」。先月は商品戦略でしたので、さらに進んだテーマとなりました。4月と比較して、段々とテーマに重みを感じています。事前学習動画も、もう1回では理解できなくなっている事務局です。



Discussion① 自社の販売チャネルでは顧客の

“買いやすさ”を反映できていますか？

事前学習動画の中でもありましたが、いくら良い商品ができたとしても、それが誰にも知られなかったとしたら…。売れるわけがありません。顧客が自分のニーズにあったものを探し、目にとまり、買ってもらう。このプロセスが必ずありますが、目にとまっても、買ってもらうという行動に移してもらうにはどうすれば良いのでしょうか。今回も活発なディスカッションが行われました。

【参加者の意見】

「逆にネットで安く販売するような、自ら価値を下げてはいけないと思っている。きちんとターゲット層はどこなのかを考え、そこに合ったアプローチをしていく。」Aさん

「自分たちから営業すると怪しく感じられてしまう商品が業界によってはある。それならばいかにHPを整えておくのかも大切になる。」Kさん

「買いやすさは世間一般に合わせるとズレていく気がする。BtoBでは、頼みやすさという視点もとても大事になってくるのではないと思う。分かりやすい資料を用意するのも一歩。」Yさん

定例研究会後の振り返りシートの中にも、「営業力は商品のひとつ」と書かれている方が何人もいらっしゃいました。買いやすさという視点から考えると、値引きがどうしても頭に浮かんでしまいますが、安売りの競争からは外れて、自社ならではの伝えていきたいですね。弊社もきちんとHPやら、システムを整えていかないと…と改めて思いました。

Discussion② 自社の商品・サービスは顧客から

どんな共感や信頼を得たいですか？ そのためにどんな伝え方ができますか？

商品のリピートのひとつには、やはり共感や信頼が重要ですね。こんな形で…とはぼんやり浮かびますが、どのような伝え方ができるか、ここは自分も沢山考えました。MiraQの定例研究会の良いところのひとつは、普段考えないようなことを考える時間があることですね。難しいという言葉が飛び交うのも納得のテーマでした。

【参加者の意見】

「付加価値をつけることが信頼に繋がるのではないかと思った。それは業種・業態問わず必要なのではないか。」Yさん

「無形商材に関して言うと、顧客の悩みを聞かせてもらえるのかどうか。アピールをしすぎるのではなく、相手の壁打ちになることで信頼を獲得できると考えた。」Hさん

「自分をまずが知ってもらうところから始めないといけないと思った。そして積極的に売り込むことも大事だが、実際に使って良かったという口コミを集めて、実績から信頼に投げかけることを今後していきたいと思った。」Hさん

今回のディスカッションで印象に残ったのは「買った人の先にいるのは誰？」という言葉です。例えば食品の卸売であればスーパーなどが顧客になりますが、そのスーパーに並んだ商品を買う、さらに先の消費者がいます。その消費者視点を考えて販売戦略を立てると違う見方があるのでは？ということでした。社労士事務所でも社長や人事総務の方の先にいる一般社員の皆さんのことも、そう考えると沢山“その先の人”がいるなと気が付くことができました。今後自社でも商品を作るとき、販売戦略を立てるとき、必ず先の人まで考えたいと思いました。

次回案内

【テーマ】「効果的な販売促進」

【日時】2025年9月11日（木）16:00～18:00

【会場】エル・おおさか 南101 もしくは オンライン

4月からスタートした定例研究会も今月で第5回目の開催をすることができました。先月より徐々に総論から各論に入ってきて今月は「販売戦略」をテーマに開催しましたが参加者の方からも「より具体的な深いテーマになり改めてじっくりと考える機会になった」という声が聞こえてきて主催としても嬉しい時間となりました。

