

MiraQ LETTER

一般社団法人未来に輝く企業づくり研究会

VOL.

06

2025.09

Introduction

定例研究会第6回が開催！

2025年9月11日（木）MiraQ定例研究会の第6回が開催されました。今回は、現地15名、オンライン2名と合計17名の方にご参加いただきました。9月の「効果的な販売促進」でした。前回の「販売戦略」からさらに具体的な実践段階へと進んだ内容で、参加者同士の経験や工夫が多くシェアされた濃い時間となりました。



Discussion①

あなたの会社の販売促進活動は

「誰に、どの段階で、どう働きかけるべきか」を整理できていますか？

「困りごとが起こる前に、こちらから気づきを与えることが大切」という意見は多くの共感を呼びました。相手のニーズが顕在化する前に課題を示せば、信頼と説得力が増すという考え方です。

【参加者の意見】

「パターンが決まっているので整理したり、経験値から分かることも会社の仕組みにして誰でもできるようにしたい」Mさん

「こうすればほぼ決まる！ということがあるができる人が少ない。全員ができるようにしていきたい。」Sさん

「どれだけ向こうが納得できる材料があるのか。自社では特に国内工場の価値を伝えていきたい。高いなりの商品に関しては付加価値をどれだけ伝えられているのか。BtoBの商品であっても最終は消費者に渡るので消費者目線でも語れるようになりたい。」Hさん

販売促進の効果は「適切なタイミングで課題を提示できるか」というのは本当に大事ななと思いました。またこの会社も悩みに出るかも知れない属人化について。ここは打破していきたいですね。

単なる“売り込み”ではなく、相手の理解と納得を導く仕組みづくりこそが鍵だと整理できました。

Discussion②

自社の課題（ボトルネック）に

対して効果的な打ち手は何ですか？

後半では、各社のリアルな課題が共有されました。今回は実務に即した意見が多く出たように思います。業界は違えども、課題は似たようなことが多いのかも…？と個人的には思いました。

【参加者の意見】

「値段が高くなると安い方を選ばれてしまうことが多い。そこに対する打ち手がほしい。少数精鋭ならではのスピードをアピールしたり、自社の立ち位置や自分の強みを認識して伝えていかないとけない。データを用いて話すことも重要になってくる。」Iさん

「入札にどう勝つのかは常々考えていきたい。職人の数以上まわらないということも課題である。」Hさん

「顧客からの話には打ち返すので精一杯になってしまっている部分がある。一步先のことを考えて、こちらから提言することに難しさを感じている。理想は顧客が動く前にこちらが気付いて提案すること。」

子会社は本社を動かすことに難しさを感じる部分があるので、地域の同じ思いを持った方との連携を図り力を強くしていきたい。」Yさん

今回のディスカッションでは前回の内容から引き続いた意見が多く出た気がします。中小企業ならではの価値を活かしていきたいがそもそも価値とは何か、みんなが分かっているのだろうか…そのような思いもぼろっと出ておりましたね。自社で難しいことは地域と連携していくという意見も感動しました。今後MiraQの中でも協業がどんどん生まれると嬉しいです。

次回案内

【テーマ】「効果的な組織づくり」

【日時】2025年10月9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6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回は「効果的な販売促進」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。

