

〒102-0072

東京都千代田区飯田橋1-10-1六川ビル4階

TEL03-3264-6881 FAX03-3264-6882

発行日:2012年6月5日

マーケティングとイノベーション

ピーター・ドラッカーは企業の目的を次のように語っています。

「企業の目的は一つしかない。それは顧客創造である。」

それを実現するために必要な機能は、マーケティングとイノベーションです。

真のマーケティングとは顧客からスタートします。

「われわれは何を売りたいか」ではなく、「顧客は何を買いたいか」と考える必要があります。ついつい、自分本位な考え方をしがちではないでしょうか。

いつでも原点に立ち返って、顧客はどう考えているかに気をつけるする必要があります。

顧客の声を聞くためには、どうすれば良いか？

ひとつにはアンケートの実施があります。この場合、本音が出難い傾向があります。

出来れば商品を購入する顧客の本音が聞きたいと思えます。

例えば飲食店では、ホール担当者が顧客同士の会話に耳を傾けることです。「この料理は・・・」「この量でこの値段は・・・」「味付けが・・・」「この料理はメニューで見るとよりずーと美味しい、意外！」といった本音を聴けるといいと思えます。

スタッフが、「この料理いかがですか？」と聴いてくる店もあります。こんなとき大抵の顧客は「美味しいです！」と答えるでしょう。本音を言うのは、常連さんくらいでしょう。

店によっては顧客に全く関心が無いような素振りをみせるところがあります。顧客の会話を盗み聞きするようで罪悪感があるのかもしれませんが・・・。

このような機会を逃すとますます顧客の声を聴くことができません。その結果、自分

本位な販売思考に陥ってしまいます。

次にイノベーションを起こすわけですが、いかにも難しいように感じます。

ドラッカーは、「イノベーションとは、人的資源や物的資源に対し、より大きな富を生み出す新しい能力をもたらすことである。」と言っています。

イノベーションというと技術部門で必要な能力、考え方という印象がありますが、実際は、あらゆる活動において必要になります。

そして、あらゆる部門がイノベーションに責任を持ち、イノベーション上の明確な目標をもつ必要があります。

イノベーションが顧客にいかなる価値をもたらすかを判断できるのは、顧客だけです。

このように常に顧客からスタートすることが大事になります。