

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

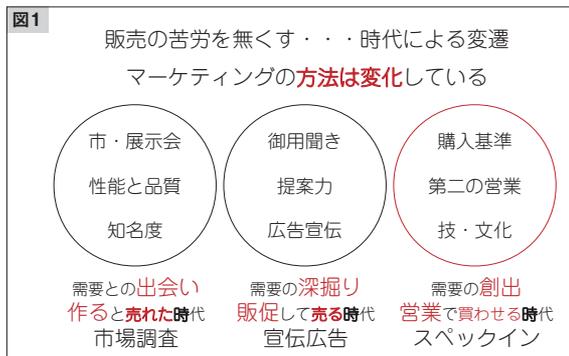
第9回

## 社内をマーケティングする

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。

マーケティングの目的は、販売の苦勞を無くすことにあります。販売の苦勞を無くすための方法は、時代によってさまざまに変化してきました。つまり、マーケティング手法とは、固定された一つの方法ではなく、販売の苦勞を無くすという目的を達成するためにさまざまに変化するものなのです。

モノが不足していた時代には、需要と出会うことができればモノが売れます。ですから、こういう時代のマーケティングの代表的な手法は市場調査でした。需要がある程度満たされて、世の中にモノがあふれてくると、気づきを与えてさらに需要を深掘りすることが必要になります。そのような時代には、宣伝広告や販売促進の手法が、販売の苦勞を無くすための代表的な手法となります。そして、需要が飽和して、かつてのような提案手法では需要と出会うことも深掘りすることも困難な時代になると、「需要を創出」することが販売の苦勞を無くす方法となります。

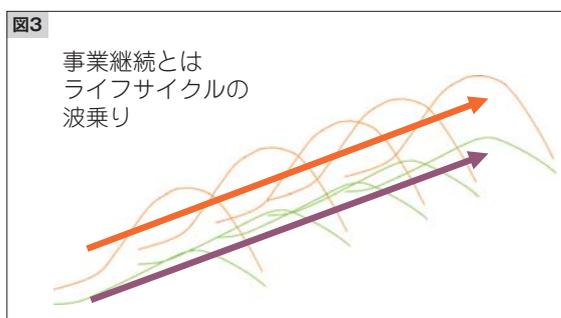
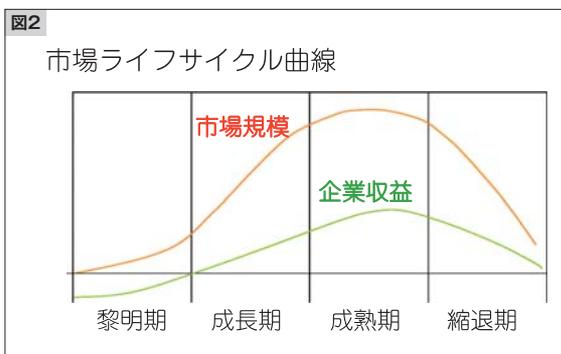


まさに、今の日本をはじめとした経済先進国は、需要を創出する時代なのです。需要を創造する時代に必要なマーケティング手法とは、スペクインという手法を使った営業活動です。営業についての解説は、バックナンバーで解説していますので、本稿では省略します。本稿では、営業力を創り上げるために必要なテーマ、社内へのマーケティング活動をとりあげます。

## ●社外向けマーケティングの前にまずは社内へ

フィリップ・コトラー氏も、顧客へのマーケティング活動

を成功させるためには社内へのマーケティングを充実することの必要性を説いています。社内マーケティングと、経営理念浸透や風土改革に違いは何か?という質問を受けることがあります。手法的には共通点も多いので、実施メニューだけを見ていると混同しがちですが、大切なのは目的にあります。



企業は周期的に企業病にかかります。その一番の理由は、事業の土台そのものが周期的に枯れていくことに原因があります。鉢植えて植物を育て続けていると、鉢の土の栄養が枯れて、いずれ植物の生育に適さない痩せた土になります。土の養分が植物に消費されつくして砂漠化するわけです。事業立地とは、一つの産業の寿命です。市場ライフサイクルという言い方で表す場合もあります。企業が常に変化し続けなければいけないのは、事業立地が周期的に枯れていくからにはかなりません。1980年代は、事業立地の寿命は25から30年といわれていました。現在では、5~7年程度であろうといわれています。事業立地の風化に伴って、対外的なマーケティング手法も変化していきます。その変化に、社内がついて

いけなければ、販売というゴールに向けて、社内外のマーケティングアクションにねじれが起り、機能不全どころか組織の「ねじ切れ」ともいえるような障害を引き起こし、低価格競争にのみ込まれていくことになります。

事業活動とは、図のようなライフサイクルの波を乗り継いでいくことです。波を乗り継いでいくために、企業には変化が求められるのです。波にあった変化ができないと、様々な企業病となって症状が現れてきます。

## ●社内マーケティングによって改善できる病状とは

提案営業が成功しない、低価格競争から離脱できない、イノベーションが起こせない、顧客満足を重視しているにもかかわらず顧客ロイヤリティが向上しない、危機管理がうまく機能せずトラブルが増える、トラブルに対する正当な理由が多い、プロジェクトを編成するとメンバーが多すぎるなど。こうした症状は、社内へのマーケティング不全が引き起こしている重篤な企業病の症状です。



もしも、こうした症状が出た時には、自社の事業目的を再度認識してみてください。「自社はなぜ今の事業分野に取り組んでいるのか」「自社でなければ達成できないコトとは何か」「ほかの事業を選ぶのではなく、今の事業を選び続ける理由は何か」こうした問いによって、自社の事業目的を明確化し、その意識を社内に浸透し、営業活動を改革していくことが、「販売の苦勞を無くすための社内マーケティング」です。社内マーケティングを実践することによって、販売の苦勞が無くなっていきます。その結果、企業の実力通りの利益が得られることとなります。

著者 ● 中井 淳夫  
株式会社創英代表取締役、一般社団法人組織内コミュニケーション協会代表理事、学生の集まる大学づくり委員会事務局長を務める。BtoBマーケティングに必要なツール制作やITシステム提供、コンサルテーション、企業向け研修などを行う。  
<http://www.soway.co.jp>

## 「ビジネスマーケティング」基礎から実践

## 人気のビジネスマーケティングセミナーを御社に出向いて社員様向けに開催します

景気改善で儲かる会社。  
景気改善でも儲からない会社。  
その差を生むのは、時代の変化に対応したマーケティング。  
経営者様向け受講料43,200円のセミナーを、社員様方が理解して実践できる内容にブレイクダウンし、御社に講師を派遣してご提供します。

多人数で受講することで、御社の営業力向上にお役立てください。

1日コース: ¥300,000- 半日コース: ¥200,000-  
交通費・宿泊費・消費税別途

受講者の9割以上が  
「実践できて  
成果につながる」  
と評価



お問い合わせ・お申し込みは

株式会社 日刊工業広告社

〒103-0025 東京都中央区日本橋茅場町2-7-10 茅場町第3長岡ビル TEL:03-5614-3080 FAX:03-5614-3011  
E-mail:yamazaki@nikkanad.co.jp URL:http://www.nikkanad.co.jp 担当:山崎