

経営支援ニュースレター

Tokyo
Metropolitan
Consulting
Group

※※御社の経営に役立つ情報を、毎月わかりやすくまとめてお伝えします※※

＜今月の主な内容＞

- 「会計をベースにした高収益企業化セミナー」ご参加御礼
- 小手先のマーケティングテクニックよりも大事なことは？
- 既存のお客様にトコトン満足してもらうには？
- 書籍「ビジョナリービジネス」の紹介
- 付録:「高収益企業化」セミナーのご案内、ケーススタディによる役員給与

東京メトロポリタン税理士法人
TMコンサルティング(株)／(株)クイック経理
代表／税理士 北岡 修一

既存のお客様をトコトン満足させているか？

お元気様です！税理士の北岡修一です。

先日(5/24)は、私の「**会計をベースにした高収益企業化セミナー**」に来ていただいた方、大変ありがとうございます。2時間のセミナーだったのですが、お伝えしたいことがたくさんあり、詰め込み過ぎてしまったかな・・・と反省しております。ただ、アンケートにはとても感銘していただき、改善・実行をしていこうという方が多かったので、正直ホッとしております。実行していただければ(会計を良くするというのを)、必ず会社が良くなっていくことと確信していますし、実際にそうなっています。セミナーを受けられた方は、早速改善に取り掛かっていただければと思います。セミナー受けられなかった方は、もしご希望があれば、またやりますので、その旨ご連絡ください。

とにかく、会計は経営を行なっていく上で欠かせないもの、それ以上に、会社を良い方向に引っ張っていつてくれるものだと思っています。まさに、「**会計がわからんで、経営ができるか！**」(稲盛和夫氏の言葉)です。これからも「会計」を通し、皆様の会社が少しでも良くなっていただくような、仕事&セミナー等をやっていきますので、今後ともよろしく願いいたします。

それでは、今月も「経営支援ニュースレター」始めさせていただきます。

■小手先のテクニックはやめる

先日、あるマーケティング系のセミナーに行ってきました。大変参考になり、良かったです。是非、皆様にもお伝えしたいのですが、あまり内容を明かして欲しくないとのことなので、講師とかタイトルなどは言いません。ただ、その内容を踏まえた上で、私の考えや意見などを書かせていただきたいと思います。

そのマーケティングセミナーは、よくあるはやりのインターネットやDMなどを使った、小手先のマーケティング手法のセミナーではありません。むしろ、それとは対極にあるものです。広告やらDMやらお金のかかる**小手先のテクニックは極力廃して、もっと本質的なところからお客様を増やしていこう、売上を上げていこう、**という内容です。

お客様を増やす・・・それ以前に、ビジネスのもっと根本的なことは何でしょうか？それができなければ、とてもお客様を増やすこともできないことは・・・？
そうですね、**既存のお客様を満足させることです。**
それも、**トコトン満足させること。**

それができて初めてお客様を増やしていくことができます。当たり前のことのように聞こえるかも知れませんが、**ほとんどの会社はこれできていない**のに、新規のお客様を増やそうとしている、のではないのでしょうか？

もし、既存のお客様をトコトン満足させることができたなら、どうなるでしょうか？あなたのお客様を想像してみてください。

.....

とっても感謝してくれる。熱烈なファンになってくれる。継続的なリピーターになってくれる。信用はもちろん、尊敬さえもしてくれるようになる。料金、価格の問題ではなくなってくる、等々、**お客様に様々な変化が起こってくる**と思います。

そして、トコトン満足してくれたら、回りの人に話してくれるようになります。同じようなことで困っている人がいたら、自然と紹介してくれるようになるでしょう。良かったこと、嬉しかったことは、人に話したくなるものです。

非常に単純で当たり前のことですが、これこそ本当の(究極の?)マーケティングだと思います。

あなたのお客様に上記のような変化が起こっていないとしたら、... そうです、今のサービスにトコトン満足してくれていない、ということの証ではないでしょうか？

ロコミが起こっていない、ということは、イコールお客様はトコトン満足していない、ということ。

これを認めることは怖いことかも知れませんが、実際そうなのでしょう。

ただ、間違っただけで欲しくないのは、ロコミを起こすために、お客様に満足を提供すればいい、ということではない、ということです。

既存のお客様に、一生懸命サービスをしてあげて

その結果として、あくまでも自然にロコミが起こってくるのです。ロコミを起こすテクニックのような本がたくさん出ていますが、そちらから行ってしまうのは、やはり邪道ではないかと、最近つくづく思います。

(以前、そういう本もよく読んでいましたが...)

■トコトン満足してもらうためには？

では、既存のお客様にトコトン満足していただくためには、どうしたらよいのか...？

これはもう、各会社が、各社長が、各社員が考えるしかないですね。何をしたらトコトン満足してもらえるのかを。たとえば次のように。

- ・ 自社のメインの商品、サービスのどこを変えたらもっと満足してもらえるか？
- ・ 商品を販売する時の、販売方法のどこを変えたらもっと満足してもらえるか？
- ・ アフターサービスやフォローの、どこを変えたらもっと満足してもらえるか？
- ・ 付加的で喜んでもらえるサービスは、もっともないのか？
- ・ 商品の配送、包装、書類等でもっと喜んでもらえる工夫はないか？
- ・ 今のお客様をさらに満足してもらうための新商品、追加商品、補足商品は何か？
- ・ お客様の役に立つ、喜んでもらえるような情報とは？それをいかにお伝えしていくか？

等々を、具体的にたくさん列挙してみてください。それも**お金をかけないで、できることを**中心に書き出してみるといいですよ。お金をかければ何でもできますが、それでは決して効果が上がらないと思います。まずは、**自分たちの労力、誠意でできることを**上げるのが、お客様にも伝わると思います。今回のマーケティングセミナーで、

講師はある言葉「〇〇」(漢字2文字)を、キーワードにして書き出していきといいよ、といていましたが、そのキーワードは、その講師のノウハウですから、ここでは公開しません。是非、皆様に考えて欲しいと思います。小学生でも知っている本当に簡単な言葉が、キーワードです。そのキーワードで考えていくと、お客様にトコトン満足してもらう方向に発想が向かっていきます。

さあ、何でしょう... ?

ヒントを言いますと、「お年寄りには〇〇にしよう。」です。

わかりましたか？

お客様を増やしたい、仕事を増やしたい、売上を増やしたい、ということで、安易な小手先のテクニックなどを駆使せず、そんな時間があるのなら、既存のお客様に徹底的にサービスをする、〇〇にしてあげることですね。

当社もそれを心がけていきます。皆様も一緒にやってみましょう！

■会社の利益が一番である



「ビジナリービジネス」

著者: マーク・アレン

監訳: 和仁 達也

出版社: 総合法令

価格: 1,600 円+税

初版: 2007年3月9日

最近読んで良かった本を紹介します。

この本は、アメリカを始め世界数カ国で翻訳出版されているロングセラーで、初版から10年以上が経過した今でも、読者からお礼と感激のメールが著者に届くほどの本だそうです。それが今回、日本で初めて翻訳出版されました。実際、私も読んでみて、と

ても経営の示唆に富むことが多く、GW2日間で一気に読んでしまいました。実話をもとにした物語でもあるため、とても読みやすかったです。

この物語は、自らも経営者として実績を残し、その後投資家(エンジェル)になった老人と、起業したての若者との会話を中心に話が進んでいきます。老人が若い起業家に投資するまでのいきさつ、投資してから自らの経験をもとに、起業家の経営に示唆を与えていく様子、ゆったりした展開の中に、経営の本質が簡潔に語られている、それを受ける若い起業家の心理の変化など、とても面白く読めました。小説+ビジネス書みたいな感じですね。経営者の皆様には是非お奨めします。

その中で特に印象に残ったのが、冒頭の言葉「会社の利益が一番である。」というところです。

これは、老人投資家が若い起業家に投資をすることを決め、最初に言ったことばです。この部分を本から引用します。

「会社を健康体に保ち、そして成長させるために、いつも覚えておかなければならないことはこうだ。それは会社が一番である、ということ。あなたが利益を受け取る前に、会社に利益を与えなさい。他のオーナーや従業員、その他の誰にも与えるよりも前にだ。決して忘れてはいけないよ。はじめに、真っ先に会社を大切に育てなさい。そうすれば、会社があなたを養ってくれる。そしてすべてのオーナーや従業員、そして多くの関わる人たちを、同様に養ってくれるようになる。しかし、あなたが会社を放っておいて、自分を最優先したり、他の人たち、あるいは何か他のグループの利益などを優先させたならば、すぐにそのビジネスは苦境に陥るだろう。そしてすべての人に被害が及ぶのだ。すべての人に、だ。」

なかなか考えさせられる言葉だと思います。もちろ

ん、経営者であれば当然、会社に利益を上げるように頑張っていくと思います。でも、軌道に乗ってくると、経営者の勝手な考え方で利益を調整してしまうようになることがよくあります。たとえば、法人税を払うのが嫌だからと、役員報酬を上げ会社に利益を残さないようにしてしまいます。社長の役員報酬も高くなってくると、親族の役員に高い報酬を払ったり、他の経費を増やして会社に利益が出ないように調整してしまいます。これは本当に中小零細企業でよく行なわれていますね。当然、会社はいつまでたっても大きく成長はしません。

まさにこの老人投資家が言っているとおりでですね。会社も1つの生命体と考え、栄養(利益)を与え大切に育てていくことが、大事なんだなと思います。会社が育ってくれば、自分をも養ってくれる、という考え方はとても面白いですね。

是非、皆様も自分の会社を大事に大事に育てて大きく成長させてあげてください。

■従業員には気前良く利益を分配する

これも、先ほどの本「ビジョナリービジネス」からです。

「社員にはできる限り気前の良いプラスアルファを還元してあげることが、会社にとってもベストだ・・・」

(中略)クリスマスに、誕生日に、そして決算月に、ボーナスを出してあげなさい。最初は少なくともいいから・・・」

「・・・会社に再投資した残りの分は、オーナーと従業員で半分ずつに折半することをお勧めするよ。」

・・・(中略)そうすればオーナーにとっても、すべての

利益を独り占めにしたときと比べて、会社は長期に渡ってとても良くなり、より多くを受け取るだろう。それは双方良しの利益分配なんだ。(中略)利益分配はすべてのものを巻き込む。これをやらない手はないぞ。(中略)長い目でみて、オーナーはより多くのお金を受け取ることになる。実際、関わるすべての人が恩恵をこうむることができるのだ。」

このように、従業員に対しては、気前良く分配することを言っています。どう取るかは皆様次第ですが、とても共感できるところです。給与やボーナスだけではなく、社会保険や医療保険などの福利厚生や退職金プランなどのことも本には書かれています。むしろこの辺りはアメリカ企業よりも日本企業の方がやっているし、受け入れやすいのでは、と思います。

従業員を大切に(もちろん甘いことだけでなく)、できるだけたくさん分配してあげられるようになること、これは経営者にとって、非常にモチベーションの上がることではないか、と思います。是非、そういう会社にしていきたいと、やる気が湧いてきませんか？もちろん、払えない時には払えない、我慢してもらうということにはなるのですが、そうならないような経営をするのが、経営者の役割ではないか、と思います。

当社の顧問先でも、実際、決算賞与をたくさん払い、社員だけでなく、協力企業などにも還元している会社があります。その会社は、毎年毎年、売上・利益が増え続け、素晴らしい会社になってきています。必ずしも、決算賞与だけが原因ではないと思いますが、社員の皆様方のやる気や誇りにつながっていることは間違いないのではと思います。

皆様の会社でも、従業員の方や協力企業、役員への還元方法について、長期的な観点で考え直してみることで、是非この本を読んでお考えいただければ

と思います。その他の章もなかなか面白い本です。

よろしかったらお読みください。

ということで、今回も最後までお読みいただきありがとうございます。

●ご意見、ご感想、ご質問は、下記まで。

東京メトロポリタン税理士法人 <http://www.tm-tax.com>

株式会社クイック経理 <http://www.quick-a.co.jp>

発行人:代表/税理士 北岡修一 kitaoka@tmcg.co.jp

〒163-1304 新宿アイランドタワー4F 私書箱1653

TEL:03-3345-8991 FAX:03-3345-8992