

<セリング・ラボ 佐藤 正明 発行>

新しい営業スタイルを提案するメールマガジン

【寝て待つだけの営業活動】

～戦略的殿様商売のすすめ～

【今回のテーマ】 Vol.40

「立ち居地の重要性」 ～水でも真っ白？～

~~~~~

おはようございます。

セリング・ラボの佐藤です。

朝、着慣れないスーツを着込んだ若い人たちを、数多く見かけるようになりました。

ぼろ雑巾も、最初はきれいな布なのだ、ということがよく分かります。

ずいぶん古い話なので、若い読者の方はご存知ないと思いますが、かつて「全温度チアー」という名前の洗濯洗剤が売られていました。

その時のキャッチコピーは、

「水、ぬるま湯、お湯、どの温度でも真っ白」

とうものでした。

そして、TV コマーシャルでは、まさに真っ白なシャツが映し出されていたのを覚えています。

しかし、それを観ながら、

「水で真っ白になるなら、お湯なんかいらねーじゃねーか」

と思ったのは、私だけではないはずです。

それから、インスタントコーヒーのコマーシャルで、ヨーロッパと思しき、どこぞの王侯貴族が登場し、

「本物が分かる人が選ぶコーヒー」

というような触れ込みで、高級感を演出したものがありません。

しかしここでも、

「本物が分かる人が、インスタントなんか飲むわきゃねーだろ」

と思った人は、日本中にたくさんいたと思います。

これらの話に共通しているのは、商品の特徴や素晴らしさを表現するための演出に無理があり、論理破綻を起こしている、ということです。

もちろん、言いたいことは分かります。

「水でも“それなりに”きれいになる」

あるいは、

「インスタントとしては美味しい」

ということが言いたかったのだと思います。

でも、TV CMで、「それなりに」とか「～としては」などと言えるはずもありません。

だから、結果的に「無理な」表現になってしまい、笑いを誘ってしまったのです。

消費者に笑われてしまうようでは、マーケティングとしては、大失敗と言うしかありません。

多くの人が、そんな嘘っぽいものを買おうとは思わないからです。

結局、その洗剤は「全温度」の看板を下ろし、今では、花王やライオンの製品の横でひっそりと売られ、一方の「本物のコーヒー」は、今では店頭で見かけることはありません。

それにしても、この2つの会社は、ワールドワイドでビジネスを展開している世界的な優良企業です。

当然、TV コマーシャルを作っているのも、電 とか、博 堂といった一流の広告代理店のハズです。

にもかかわらず、なぜ、こんな間抜けな間違いを犯してしまうのかが、私には不思議でならないのですが、要は、目先の機能や特徴だけに目が行ってしまい、客観的な説得力に対する考慮を忘れていたということだと思います。

しかし、他人のことを笑ってばかりもいられません。

私たちも、同じような間違いを犯してはいないでしょうか。

特に、自分の置かれたポジショニングは、ともすると忘れがちです。

「インスタント食品」というポジショニングを無視して、王侯貴族を持ち出すことに無理があるのと同様、自身の商品の立ち居地を忘れたところに、説得力はありません。

そして、そのポジショニングは簡単には変えられません。

レクサスの苦戦が、まさにそれを端的に物語っています。

あなたも一度、自分の商品の置かれた立ち位置を、冷静かつ客観的に考えてみて下さい。

そして、P&G やネスレやトヨタと同じ間違いを犯していないかどうかをよく考えてみて下さい。いつ何時も、「立ち居地」と「間合い」が何よりも重要だからです。

今週の無料レポート

Google (グーグル) 検索ワンポイントレッスン 1

グーグルの使いこなしは、今やビジネスマンの必須のスキルです。

<http://mailzou.com/get.php?R=6825&M=1280>

Google (グーグル) 検索ワンポイントレッスン 2

グーグル使いこなしシリーズの第 2 弾です。

<http://mailzou.com/get.php?R=6826&M=1280>

~~~~~

佐藤が公開している無料レポート

たった 1 ヶ月でスーパーセールスに生まれ変わる方法

「お客様の方からやって来る」という、“売れている人たち” にだけ起こる不思議な現象を解き明かしています。

http://mag-zou.com/report_get.php?id=m0000199802&n=m0000199802

簡単にキーマンへのコンタクトを実現する法人開拓営業の方法

普通はアポを取ることさえ難しい、新規企業的意思決定権者やキーマンに会うための方法を解説しています。

http://mag-zou.com/report_get.php?id=m0000199802_1&n=m0000199802

法人営業向けセミナー独自開催マニュアル

マーケティング部門や外部のプロの協力なしに、イベント企画の素人だけでセミナーを開催する際に必要となる、運営マニュアルのひな型です。

http://mag-zou.com/report_get.php?id=m0000199802_2&n=m0000199802

発行元 : セリング・ラボ

編集人 : 佐藤 正明

所在地 : 〒180-0002 東京都武蔵野市吉祥寺東町 2-34-13-102

連絡先 : magmag@brains-works.com

個人のスキルアップはこちら : <http://www.selling-lab.com>

企業の営業力向上はこちら : <http://brains-works.com>