

<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.6

「ムダな努力」 ～商店街活性化プロジェクトの勘違い～

~~~~~

おはようございます。

セリング・ラボの佐藤正明です。

暦の上では、きょうから秋です。

皆様のおかげで、私のこのメルマガが、ウィークリーまぐまぐのウィークエンドビジネス増刊号（7/28号）で、「おすすめメルマガ」として紹介されました。

今後一層、内容を充実させなければいけない、と気持ちを引き締めています。

さて、そのオフィシャルマガジンでの、私のメルマガ紹介のキャッチコピーが、

「ムダな努力をしていませんか」

というものでしたので、せっかくですから、きょうはその「ムダな努力」について考えてみたいと思います。

先週発行した「号外」で、吉祥寺の商店街にある、肉屋さん和菓子屋さんのことを話題にしました。

どちらも、テレビで何度も紹介されていることもあり、連日、店の前には行列ができていて、という話でした。

その一方、どこの街でも、商店街の多くは閑散としています。そこで、何とかお客様を呼び寄せようということで、商店街主催による様々なイベントが開催されていることは、皆さんもよくご存知のとおりです。

魚を焼いて配ったり、「踊り」を踊ったり、何とか多くの人の話題になって商店街の活性化を図ろう、と懸命に“努力”しています。

しかし、その努力は多くの場合、徒労で終わります。

なぜなら、タダで食べ物をもらうために、あるいは踊りを観るために、その時だけ、そこにやって来る人はいても、それが継続的に、その商店街で買物をするモチベーションにはつながらないからです。

私の高校時代の同級生の中に、高円寺の商店街で店を営んでいる人がいるのですが、彼と会話をした時に、「売上はどんどん落ちている」と言っていたのが印象的です。

高円寺といえば、毎年、阿波踊りが話題になり、テレビのニュースでも必ず取り上げられるほどで、あちこちで開かれる「踊り」の元祖とも言うべき存在です。

その高円寺でさえ、イベントが売上には貢献していない、というのです。

彼の店がある商店街を訪ねると、以前とはずいぶん様変わりしていますが、それが現実を象徴しています（個人商店から、パチンコ屋とかチェーン店の居酒屋などに代わってしまっています）。

もっとも、高円寺の阿波踊りは、今では街の文化のようになっていますから、「商店街の活性化」というところから、目的が違う次元に移っており、彼らは

純粋に踊りを楽しんでいます。

つまり、高円寺では、今や「商店街の集客」が踊りの目的ではないのです。

多くの商店街の「活性化プロジェクト」のメンバーは、高円寺の阿波踊りの表面的な華やかさにばかりに目が行き、その肝心な点を見落としているということです。

しかし、この問題は商店街だけのものでしょうか。

あなたの会社でも、それと同じ罠に落ちてはいませんか。

たとえば、セミナーを開いた時に、本当に「来てほしい人」を集客できているでしょうか。

もしかすると、単なる製品紹介セミナーを開いては、「お勉強モード」で直帰が目当てという、まったく検討する気のない、またその権限も持っていない、担当者クラスの方ばかりを集めてはいませんか。

そして、そんな人たちに対して、セミナーフォローと称する“突撃”を繰り返し、いつも玉砕してはいませんか。

それでは、商店街の「活性化プロジェクト」と同じです。

街の個人商店も、あるいは大企業も、もう一度、「会いたい人」を集客するための方法を、真剣に考えてみる必要があるのではないのでしょうか。

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](mailto:magmag@brains-works.com)

個人向け HP : <http://www.selling-lab.com>

企業向け HP : <http://brains-works.com>