

3分でわかる 「価格競争で戦わない方法」

MA/CRM導入&運用コンサルサポートサービス



◆ 価格競争に巻き込まれない

企業は顧客を獲得するために他社と競り合います。何で競うかというと、まずは価格になります。それは、同様の商品やサービスであれば、安価な方が顧客に選ばれやすいからです。

では、価格競争を続けていくとどうなるでしょう？当然、商品やサービスの**価格は下がり続けます**。お客様にとっては安価に手に入る点でプラスになるかもしれませんが、しかし、企業にとっては、価格が下がる分コストを下げなければ、利益を生み出せなくなります。

そこで企業はコストより安くするため、材料や人件費にかかる費用を抑えようとします。しかし、コスト削減は簡単なことではありません。さらに**価格競争を続ければ、最終的に限界がきて収益が低下し**、その業界全体が疲弊する事態を招くことになります。

かつて、ファストフード業界でも同様の動きがみられました。

より安く作るための材料や場所、人材を求めていった結果、材料の仕入れ先であった中国の企業が使用期限切れ鶏肉を使っていたことが発覚し、問題になったニュースは記憶に新しいでしょう。

もし、このまま価格競争から脱却できなければ、競合と共倒れする運命にあるかもしれません…。



◆ 価格以外で取引きを成立させる要因とは？

では、価格以外で取引きを成立させる決め手となるものはなんでしょうか。

取引きを成立させる決め手は、初めて取引きする場合と、既に取り引きがある場合とでは、少し異なってきます。取引きをする際にまず念頭に置くのは、新規の顧客であれば「**信頼できるか？**」、既存の顧客であれば「**安心できるか？**」でしょう。

いずれにしても、新しい契約を交わすために社内で稟議して承認を得るとき、価格なら他社との比較が簡単にできますが、価格以外の要因ではなかなか比較が難しいことから、決定に至る要因とはなりにくい面があります。

それでも、顧客から「ぜひ契約したい！」と言わせるだけの要因が貴社にあれば、価格競争にあえて参戦する必要はなくなるはずです。



◆ 決め手はやはり顧客との信頼関係

顧客にぜひ契約したいと思わせる要因は为什么呢？

先に、新規で取引する場合は「信頼できるか？」、既に取り引きがある場合は「安心できるか？」が重要だと述べました。つまり、顧客が取引きを決めるのは、もちろん商品やサービスにもよりますが、それよりも、それを提供する企業への信用が大きく左右します。

つまり、**顧客と信頼関係**を築いていくことこそ、業績を伸ばす上での最重要ポイントなのです。

■ 顧客が受ける企業のイメージや対応で取引するかが決まる、その具体的な要素とは？

新規顧客（見込み客）の場合、

- ・（サービスに関する）経験と知識がある
- ・ 会社が安定している（倒産などの不安がない）
- ・ 自社の業務を積極的に知ろうとしてくれる
- ・ 対応が迅速で質が良い ……など。

既存顧客の場合、

- ・ 担当者との信頼関係が築かれている
- ・ どの社員に頼んでも同じ対応を丁寧にしてくれる
- ・ 自社の業務を十分に理解してくれている
- ・ 社長や役員に信用がある ……など。



◆顧客をファンにする

企業として売上を伸ばすには、まずは見込み客を獲得することが必要です。しかし、これだけ多様な商品やサービスが市場にあふれ、マーケティング戦略も複雑化している中で、新規の顧客を獲得するのは至難の業です。

そこで重要になるのが、獲得できた**顧客にリピーターになってもらう**ことです。リピーターになって商品をもっと購入したり、サービスを継続して利用してもらうことで売上を伸ばすのです。



それは、顧客にファンになってもらう、という感覚に近いかもしれません。顧客を惹き付けて離さない…そんな魅力が必要になるのです。

顧客がファンになるきっかけは、どんなときでしょう？それは、信用できる企業から顧客自身が「**特別に扱われている**」という感覚を持ったときです。

そして、ファンになった顧客とは、**深く長い付き合い**ができるようになります。

例えば、普段の生活で同じことを言われるにしても、好意がある相手から言われたことは素直に受け入れられますが、あまり好きでない相手から言われたことは受け入れづらいことがあります。

このように、顧客と良好な関係を築いていれば、こちらからの提案も通りやすくなり、もはや**価格だけの付き合いではなくなります**。

◆ 顧客にファンになってもらうには？

「顧客を特別扱いするとファンになってもらえる」と述べましたが、特別扱いって具体的に何をしたらいいの？と思いますよね。

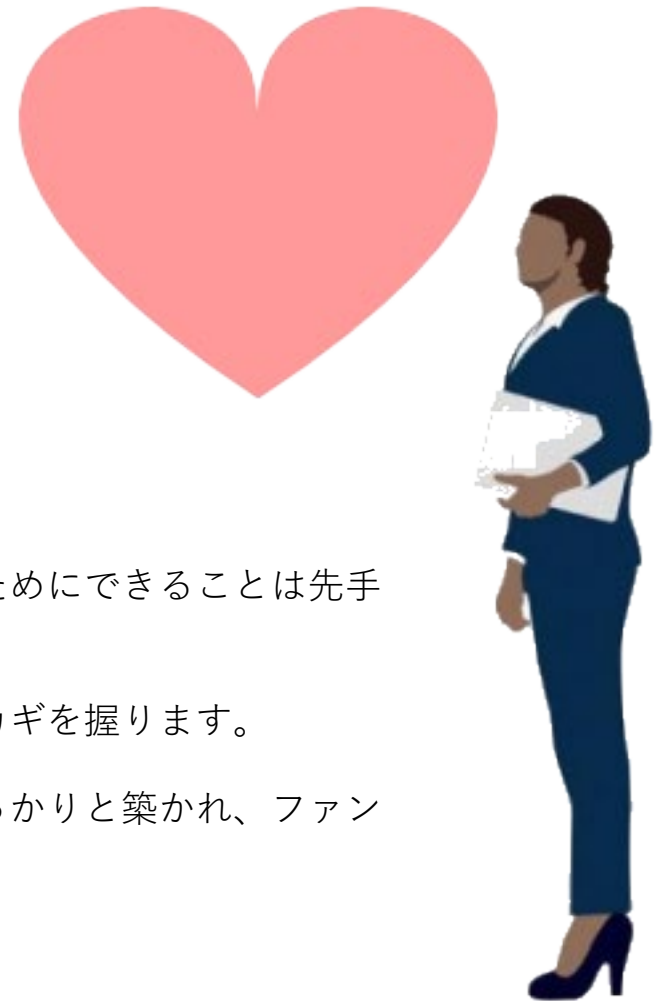
実は、難しいことはありません。普通のことを普通に対応する、つまり、**あたりまえのことをあたりまえに対応していくだけでいい**のです。

例えば、家族の誕生日に「ケーキを買って帰ろうかな」と思いますよね。これは、信頼関係で結ばれた家族のために自然と湧き出る想いです。

同じように、顧客の要望にしっかりと応えていく、そして、顧客のためにできることは先手を打って対応していくことが重要なのです。

顧客と良好な関係性を作っていけるかは、社員ひとり一人の行動がカギを握ります。

あたりまえの対応を積み重ねていくことで、顧客との信頼関係がしっかりと築かれ、ファンになってもらうことができます。



◆「あたりまえ」を実践するには？

一般的に「挨拶がちゃんとできない人は、仕事もできない」と言われるように、誰でもできることこそきちんと行う。同じように、「顧客の対応をきちんと行う」、「顧客の要望にしっかりと応える」…そのためには、本来であれば誰でもできる「あたりまえ」のことができていする必要があります。余裕があれば、何の問題もなくできるはずの「あたりまえ」。業務における「あたりまえ」とは、具体的にどんなことでしょうか？

■業務における「あたりまえ」とは？

- ・ 業務の進捗状況がリアルタイムで誰でも把握できる
- ・ 必要な情報に、必要な社員がすぐにアクセスできる
- ・ 社内だけでなく顧客の情報がしっかりと守られている
- ・ チーム間だけでなく、
社内のコミュニケーションがきちんととれている
- ・ 顧客とコミュニケーションがとれる



この「あたりまえ」ができていないと、どんな弊害があるのでしょうか？

◆ 業務の進捗状況を把握できない

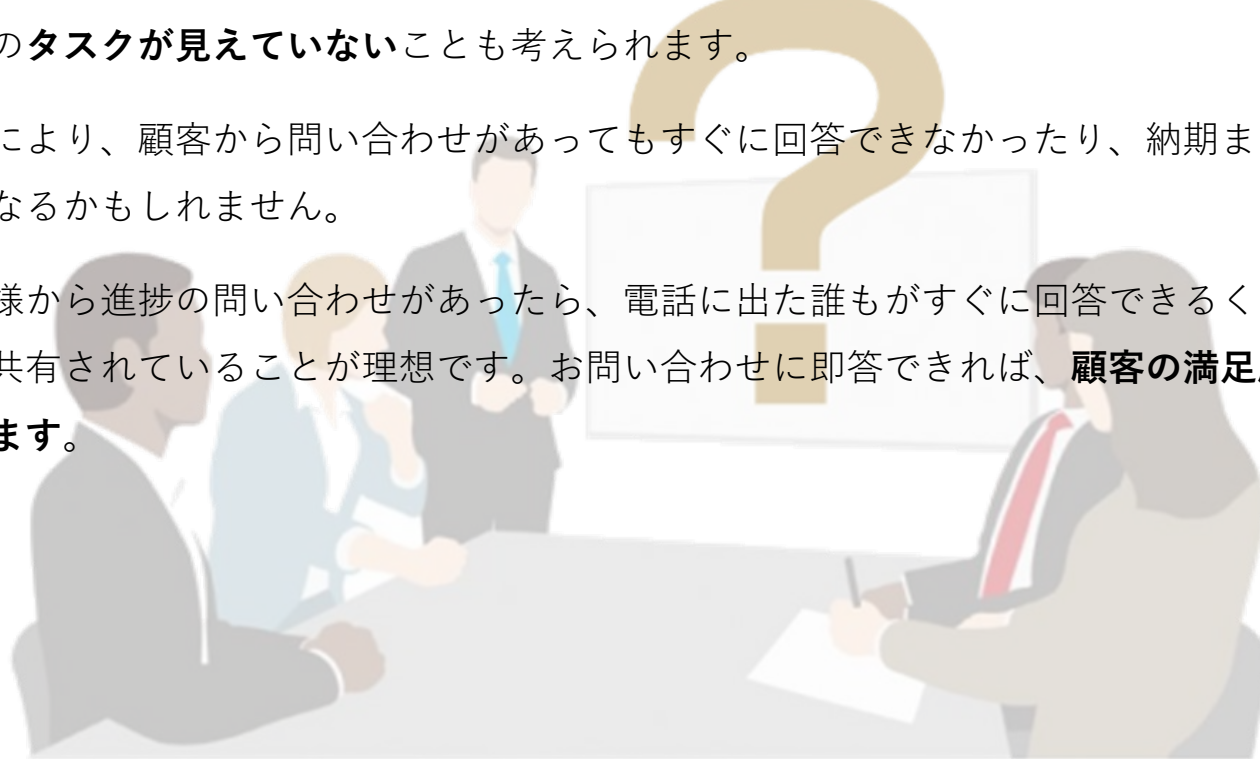
「**業務の進捗が把握できていない＝業務の状況が分からない**」ということです。

特にプロジェクト単位で業務を行っている場合、ある人の作業が終わらないと次の人が作業できないといった**無駄な時間が発生**する、業務の負担状況が把握できず**作業担当の割り振りに手間がかかる、タスク管理が困難**になる、などの問題が発生しやすくなります。

個人の問題としては、**優先順位がわからなくな**っていたり、経験が少ない場合は、チーム全体のタスクはおろか自分の**タスクが見えていない**ことも考えられます。

こうした弊害により、顧客から問い合わせがあってもすぐに回答できなかったり、納期までに納品することが難しくなるかもしれません。

本来は、お客様から進捗の問い合わせがあったら、電話に出た誰もがすぐに回答できるくらいに、作業や進捗状況が共有されていることが理想です。お問い合わせに即答できれば、**顧客の満足度が上がり、信用も深まります**。



◆ 必要な情報に必要な時にアクセスできない

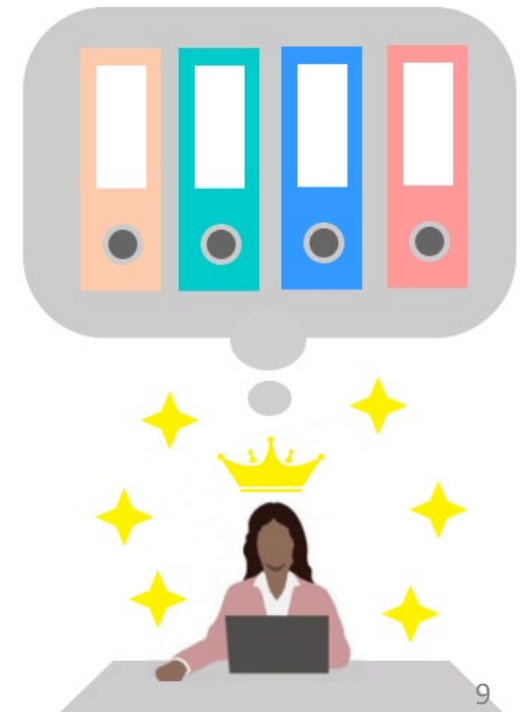
社内で扱うデータは普段どのように管理しているか、一度振り返ってみて下さい。

顧客から預かったロゴデータ、商品写真・・・など、たくさんのデータは決まった場所に保管されていますか？すぐに取り出すことができますか？どこに保存したかわからない、なんてことはありませんか？あのデータとこのデータ、同じロゴのデータだけど、どちらが最新かわからない、ということはありませんか？データの更新日付は、実際のところ頼りになりません。顧客に「もう一度ください」とお願いすることになっていませんか？顧客と打合せした内容や資料は、一か所にまとめて共有していますか？顧客に「これはどう決まったんでしたっけ？」などとは、まさか聞けませんよね。

こういう状態では、**データ探しに時間がかかる、間違ったデータを使ってしまう、情報共有ができない**、などの理由でミスに繋がったり、作業効率が悪くなります。

業務で使用するデータは、「**必要な人が**」「**必要な時に**」「**必要なものを**」**すぐに取り出せる**ようにすれば混乱することなく、作業の効率も上がります。

そのためにはルールを決め、データの保管場所を整備する必要があります。



◆ セキュリティに不安がある

会社で購入しているアプリケーションのシリアルコードやパスワードはどのように管理していますか？アプリケーション自体、使用している社員や部署に任せている企業もあるようですが、以前、大企業のウィンドウズのシリアルコードがシリアル共有サイトに掲載されていたという話を聞いたことがあります。また、業務上、顧客のアカウント情報や社員情報などをお預かりすることもあるでしょう。顧客の主担当者が各自のパソコンで管理していることがありますが、それではセキュリティ上不安があります。では、サーバーに保管すれば安心か？というと、サーバーのセキュリティが確保できていなければ、やはり不安です。

自社の社員情報、管理情報、顧客から預かっている機密情報の取り扱いは、最優先課題です。

一度社内の管理体制を見直し、セキュリティ上不安のない管理方法を構築しましょう。

万が一**情報漏洩**でもすれば、**顧客の信用を失う**ことになります。

セキュリティを確保できる環境を整え、管理ルールを作った上で責任をもって顧客の情報を預かることが重要です。



◆ コミュニケーションがとりづらい

コロナの流行から在宅勤務やテレワークが普及し、出社する社員数が減少しています。そんな中、社員間のコミュニケーションがとりづらいと感じる企業が多いようです。コミュニケーションは、進捗管理の問題にもつながります。



普段出社して、なにげなく交わっていた雑談がなくなったことで、アイデアが出にくくなったという話も聞きます。**雑談は生産性を上げる**こともわかってきました。

業務でも顔を合わせてコミュニケーションをとることが重要ですが、このコロナ禍でそれが困難になりました。そこで、チャットツールやボイスツールなど、**離れていてもコミュニケーションがとれる**コミュニケーション・ツールが積極的に利用されるようになりました。そして今後も、それらのツールの活用は続くと予想されます。

社内でのコミュニケーションは、**業務の行き違いやミスを防ぎ**、社員のコミュニケーションスキルだけでなく**モチベーションを保つ**ことにも役立ちます。また、顧客とのコミュニケーションも、**顧客満足度を上げる**ためには欠かせません。

◆ 顧客をファンにする環境づくりを

ここまで「あたりまえ」のことが大切だと述べてきましたが、実践できていない企業は意外と多いようです。それは、社員がスムーズに顧客対応できる環境や体制が整っていないことが原因になっていると考えられます。顧客対応が十分にできていなければ、当然ファンになってもらうこともできません。

つまり、**業務をサポートする環境を整える**ことで、社内の業務が効率化され、社員のやるべきことが明確になります。そうすれば、**顧客への対応も余裕をもってできる**ようになります。

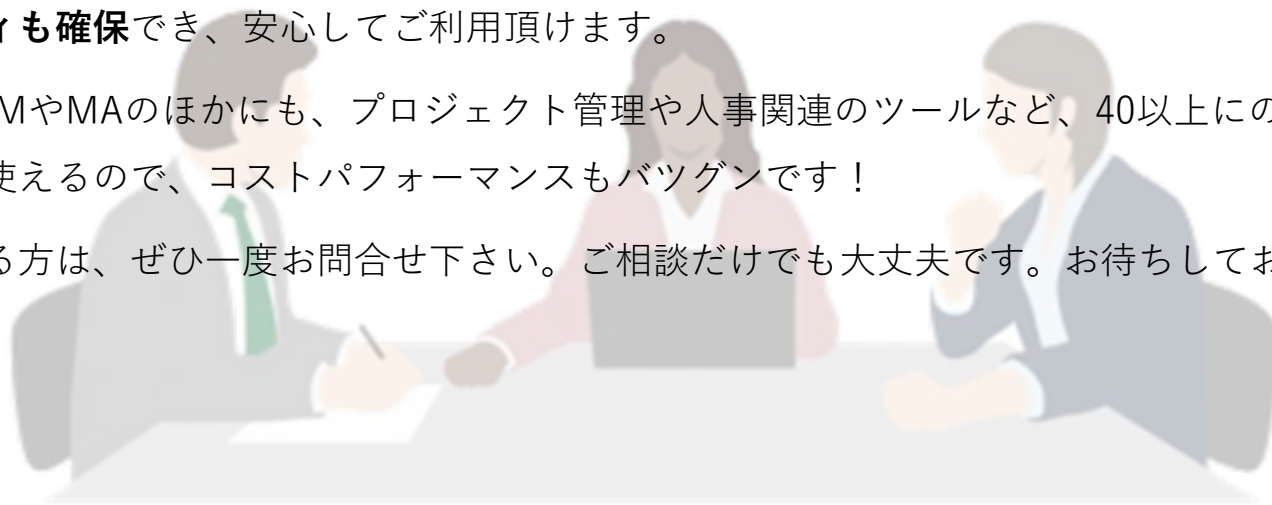
そのためにも、あたりまえのことをあたりまえに行える環境を整えることが必要です。

当社では、企業が業務で抱える課題を解決できる環境づくりとして、CRM導入と運用支援とセットにした「TOKUBETU」をご提案しています。

顧客管理を軸として、情報共有、コミュニケーション、マーケティングの面で業務をサポートし、**特別感のある顧客対応の実現を可能**にします。また、クラウドサービスでデータがしっかり保護されるため**セキュリティも確保**でき、安心してご利用頂けます。

さらに、CRMやMAのほかにも、プロジェクト管理や人事関連のツールなど、40以上にのぼる業務ツールがすべて使えるので、コストパフォーマンスもバツグンです！

ご興味のある方は、ぜひ一度お問合せ下さい。ご相談だけでも大丈夫です。お待ちしております。



TOKUBETUでファンを作る

株式会社インプルーブ

〒460-0002 愛知県名古屋市中区丸の内3丁目17番29号 丸の内iaビル7階

電話：052-228-0624 FAX：052-228-0647

MAIL：sales@improve.co.jp