経営をよりよくしたい経営者様へ

経営カイゼンつうしん

今回の
テーマは
マーケティング

vol.5

1.マーケティングって！？

ハッキリ言って、横文字嫌いなんです。
なんだか、こそばゆいし、なんとなくカッコイイだけだし、わかったフリができる。
その代表格ともいえる「マーケティング」。

一体なんでしょう？

ワタクシは、「企業活動そのもの、商品・サービスを磨きあげて、コンセプトづくりからはじまり、商品の企画、どのように提供して、正当な対価でお買い上げいただき、お客様がハッピーになってもらう、そのためならどんな苦労もいとわないこと」と定義します。

だって、商品・サービスって、会社の顔でしょ。
それも、会社から旅立っていって、お客様が選び出して、満足してもらわなきゃ。
じゃなかったら、商品・サービスの存在意義がないでしょ。
会社の存在意義すら、意味無しでしょ。

そこには、会社の魂がこもっているはず。

だから、ISM、戦略と前回まで書いて、マーケティングを書くとという順序になるわけ。

魂＝ISM、戦略＝圧倒的に面白い商品サービスを提供するための企業活動の方向性、ということなんです。

2.じゃあ、どうすればいいの？

かんたんで、むずかしい。
これが本音です。

まず、自分がお客様になること。
これ必須です。
お客様の気持ちにならずして、書籍に載っていることを実践したところで、体感がないんです。

というのも、顧客心理に刺さるかどうか？
自分にささらずとも、ご家族はいかがですか？
ご友人はいかがですか？見知らぬ世代の方々はいかですか？

ここが勝負の分かれ目です。

刺さるということは、何らかの特徴があるはず。
自分で確かめる。これが第一歩です。
（紙面がなくなったので、また、機会があるときに。。。）

みなさまへ、手紙を書くつもりで書きます！

3.自己紹介

国仙悟志（こくせん さとし）　１９７４年７月９日、札幌市生まれ。早稲田大学法学部卒業後、地方大手百貨店に入社し、店頭販売、販売促進、店舗運営、民事再生法手続関連部署にて勤務しました。
　在職中、室蘭店勤務で赴任していたときに、あまりにも時間があることがわかり、（正確に書くと、ビールと焼鳥が美味しく不摂生がたたり、健康診断の結果が悪く、人事部に呼ばれたのがきっかけ）産業能率大学経営情報学部通信課程を受け、卒業しました。勝間和代氏がメディアによく出ていたころで、早起きして勉強に励むという生活スタイルが話題になり、ワタクシも、早起きの習慣を手に入れました。このとき以来ずーっと早寝早起きを行っています。
　その後、中堅石油販売会社にて勤務し、その間に、中小企業診断士を取得し、２０１１年に独立開業、２０１４年に法人を設立しました。百貨店時代に経験したマーケティング、マーチャンダイジング（品揃え戦略）、プロモーション、企業再生、そして、石油販売会社で経験した中小企業の実体験。
これらの経験、さらには、開業後の活動、研究などが、今の仕事のベースになっています。

©中小企業診断士　国仙悟志　株式会社ブルームプラン