

会長通信 4 年 1 月号

令和 4 年 1 月 14 日
穂積啓三

新年あけましておめでとうございます。
年末に来年は人間力の年と書きましたが、もう一つありました。それはお掃除知識です。
ドラッカーは
マーケティングとはお客様の今ある満足をもっと高めること
イノベーションとは今ないお客様の満足を作り出すこと
では、お客様の今ある満足をもっと高めるとはどういうことなのでしょう

私たちはレンタル、営業でお客様へ訪問します。例えば一体どの様にお客様に話していますか。
私たちはほぼ単品商品でお客様に接しています。
業務用はマット、空気清浄機、加湿器等、家庭用はモップ、空気清浄機、キッチンフィルター、浄水器、エアコンクリーニング等
でもそれが本当に「お客様の今ある満足」を高めることに繋がっていますか

先日広瀬さんと話しているときに、お客様にマット、空気、加湿器の話をして興味なさそうだったら、定期お掃除の話をする。そうすると又マット、空気、加湿器の話に戻ることが出来る。
定期お掃除の話をするるとほぼ全てのお客様が興味を示す。
ここにヒントがあるのではないかと思います。
私たちはピンポイントの単品商品でお客様に接していますが、お客様は単品商品ではなく、お掃除全般や感染対策にはお困りです。
レンタル、営業の途中にお掃除や感染対策について尋ねられたことは数多くあるのではないかと思います。
ほぼ全てのお客様がお掃除全般には興味があります。
興味のある話題から入るのが、営業の極意です。

私たちはお掃除を通じて社会に貢献したいと言っています。
業務も家庭も総合的な掃除のお困りごとをお聞きしませんか
掃除と健康は切ってもきれない関係にあります。

その為にはもっとお掃除の知識を充実させなければなりません、お掃除の対話が出来れば鬼に金棒です。
このお正月に松本忠男「清掃は命を守る仕事です」「病気になるない掃除術」を読みました。
間違ったお掃除を続けていると病気になる。ホコリの舞い上がりや広がりを抑える。乾式清掃がベスト、水ぞうきんは逆効果。エアコン、空気清浄機、加湿器などの定期的清

掃を行わないと体に害を与える。多くの人の除菌は効果がない。
私たちはまずお掃除でのお困りごと全般をお聞きしなくてはなりません。
その対話から、私たちの持っている強み、定期清掃、マット、モップ、空気、加湿器、
エアコン清掃等の個別商品に繋がります。

「マーケティングとはお客様の今ある満足を更に高めること」
私たちはこの言葉を胸に刻み、今ある満足の更に高みに向かって進んで行きたいと願っ
ています。

レンタルの型もやはりこの「お掃除についてのお困りごと」の対話が基本になります。
お試しを入れるとか純増にするとかは結果です。
結果に向かって進むと結果から逃げられてしまいます。
私たちはまずお客様と総合的なお掃除についての対話を促進する。お客様のお掃除につ
いてのお困りごとを聞き出す。
そのことに集中する一年でありたいと願っています。