

本当のお客様は誰なのか？

想定顧客である“一般生活者”である。

15-1.

<http://www.i-plan1.com/>

東京時代、ある先輩から教えていただいたことであり忘れてはならない事がある。

それは「僕たちは、サラリーマンであり百貨店に勤めてお金を頂いているけど、最終的に誰の為に喜んで頂き、その為に何をすべきなのか？」と聞かれた事であった。

今でこそ企画販促、営業コンサルタントとして活動しているが、これは本当に忘れてはならない事であった。

つまり、どんな仕事をしようが最終的には自社の製品若しくは技術などを買い求めて使っていただくのは、それを使用して生活をしていらっしゃるお客様が判断を下すということである。

例えば、自社の商品であればお客様から「この商品は使い勝手が悪いからいやだ」と言えば見直しをせざるを得ないし、「この配送業者の届く梱包状態がいつも汚い」といえば、配送業者と検討しなければならないし、状況に応じては配送業者を変えていかなければならないからである。

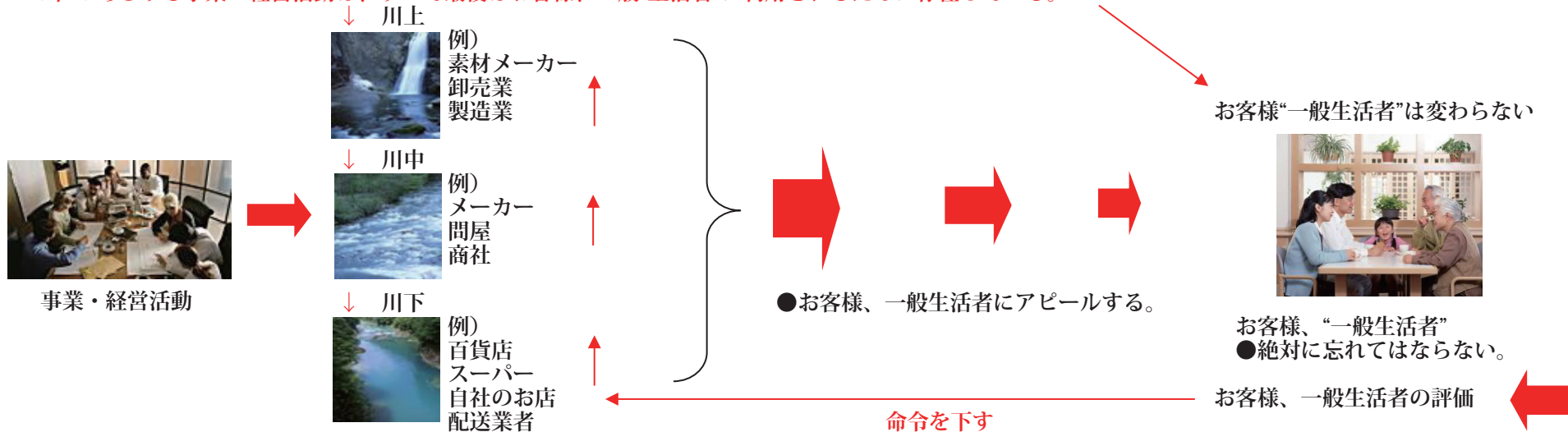
全て応えるのが最善ではないが、自社の製品若しくは技術を買って求め、それを使用して生活しておられる**お客様が判断を下す**と言うのは忘れてはならない事である。

また、サラリーマンは上司との関わり合いが90%近く占めると言っても過言ではない。しかし時として上司と考えが違ったとしても最終お客様「生活者」を起点に話をすればブレる事はない。

だからこそ、お客様、一般生活者が判断を下すと言う事を忘れてはならない。

図式化)

この世のあらゆる事業・経営活動は、すべて最後はお客様、一般“生活者”に利用されるために存在している。



●川中、川上であっても、お客様、一般生活者が指名すれば、川下のお店は、従うしかない。

- 最終お客様、一般生活者のことを絶えず考え、生活者の潜在欲求を捜し、知恵を絞って行動すればどんな取引先を相手にしても、恐れる事はない。お客様、一般生活者が、良かった、ありがとうと評価してくれば、それ以上の強い見方はなく誇りを持って行動できるという事である。

➡ 最終評価者はお客様、一般生活者である。お取引先や納入業者からの評価だけを考えず、一人の大切なお客様を忘れないことが大事な事である。