

◆経営者の悩み・お困りごとを、全て解決！

期間限定！ Zoom 無料経営相談：「経営・かかりつけ医」 問合せコーナー！

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-stm5jwovh8f>

%company%

%free1%

%free2%

%name\_sama%

\*著者：(株)I&C・HosBiz センター 編集長：岩下 一智

どんな経営環境の変化にもこれだけは変わらない

中小企業が目指すべき個客マインドシェアナンバーワン戦略を具体化する

個客管理マーケティング・恩人管理紹介営業

●第一回：売れない時代に売る！ための時代の読み方とは？

第二回：お客様を囲い込む！一定の確率で定期的に売上を立てる方法

第三回：恩人を囲い込む！紹介と口コミが続々と生まれる構造を創る

第四回：ダム式営業、DB マーケティングを実践する具体的な方法

=====

第一回：売れない時代に売る！ための時代の読み方とは？

◆売れない時代になった？

今年の2月下旬のロシアのウクライナ侵攻によって、

コロナで疲弊している世界は今後、世界的な規模で、

深刻な食糧不足や経済危機を迎えようとしているように見えますが

これは本来、ロシアや中国が（レベルの差はあれ）崩壊の危機にあるように

世界の構造が変わってしまったことにより起こっているものであり

このようなトレンドが5年や10年のスパンで変わるようには思えません。

（不幸にしてというか幸いにしてというか、日本は失われた30年という  
レッスンを経験していたのではあります）

日本を見ても、2014年の1億2700万人をピークとして人口は減り続けていますし今年に始まった円安は、戦後50年に及んだ円高の時代の終焉を告げていて端境期特有の揺り戻しはあるものの、長期にわたって続くと思われます。

また、戦後教育の影響とITの進歩による失われた30年はM世代Z世代と呼ばれる「デジタル・いい子」を産みさらにコロナによって消費者の行動様式は変化が進んでいます。

これからは社会の構造的変化やデジタル化においていままでとは大きく異なった観点からの営業（マーケティングやセールス）が求められる時代になっています。

例えば今葬儀業界では、高齢化でマーケットが拡大している反面異業種（例えば小売りのイオン）の参入によるインターネット系葬儀社にシェアを大きく食われてしまい

また、消費者のニーズが変化したことによる「小さなお葬式」ブームで「葬儀」自体の形態が変わって来ており「低価格化」「下請け系列化」、さらに遺族が自分たちで葬儀を行う「内製化」が劇的に進んでいます。

その変化は「相続」のあり様も変えてしまい「相続手続き」「相続税の申告」「登記」など従来は司法書士や行政書士、税理士に依頼していた業務においても

インターネット営業による「低価格化」「下請け組織化」、さらに遺族が自分たちで手続きを行う「内製化」がどんどん進んで来ていて

このようなインターネット営業による「低価格化」「下請け系列化」と消費者による「内製化」はあらゆる業界で起こっています。

（「低価格化」はもともと料金が明瞭だった業界では起こっていませんが）

それでは今の時代売れている商品、儲かっている会社は全く無いかということそうではありません。

例えばビジネスとは関係ないのですが、政治の世界での劇的な例として

Facebookのビッグデータを利用しての組織的なプロフィールを手段とするイギリスの選挙マーケティング会社によってトランプ大統領誕生とイギリスのEU離脱が大方の予想に反して引き起こされたことが分かってきています。

(まだ評価は確定してはいませんが、状況証拠からかなりの確度でクロだと思われます)

また、Youtube を視聴しても Facebook を見ても動画を使ったマーケティングが  
あふれており

SNS に主軸を移した DRM (ダイレクト・レスポンス・マーケティング) は、隆盛を極め  
ており

効果を上げ続けています。

ただこれらの「心理操作」やそれに近い手法が効果を上げているからと言って倫理・科学  
的に正しいのか

消費者や顧客のニーズに合っているのかと言うとそうではなく

時代に合う(正確にはターゲットに合う)マーケティングを繰り広げているところは売上  
を上げ続けているが

またそれによって、消費者のニーズで「信頼」の価値が大きくなってきていて

それに応えている企業が業績を伸ばしてきていることも事実ですし

中長期的にはそのような企業が生き残っていくものと思われる。

消費者は学んでおり、そのような価値観を持った世代が増えてきているのです。

いかがだったでしょうか？

今回は、いよいよ答えを出していきます

第二回：お客様を囲い込む！一定の確率で定期的に売上を立てる方法

をお届けいたします。

どうぞ、お楽しみに！

理念に基づいた経営について知りたい方は

下記の書籍が参考になると思います。

「アフターコロナの時代の生き方＊ 理念経営実戦のすすめ」

平本靖夫 著 HosBiz ミロク出版舎

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/sp1u35saqy2>

~~~~~

経営者の悩み・お困りごとを、全て解決！

期間限定！ Zoom 無料経営相談：「経営・かかりつけ医」 問合せコーナー！

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-stm5jwovh8f>

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

■ #554号・・・22・06・17(金)・・・バックナンバー・・・

[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を持続いたしますので、重ねてご支援ご鞭撻を  
よろしく願います。

◆次号 第556号 22・07・01(金)は、

どんな経営環境の変化にもこれだけは変わらない

中小企業が目指すべき個客マインドシェアナンバーワン戦略を具体化する

個客管理マーケティング・恩人管理紹介営業

第二回：お客様を囲い込む！一定の確率で定期的に売上を立てる方法

をお送りいたしますので、ご期待ください。

(予告なく変更する場合がありますので了解ください)

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。

では、また次号で元気にお会いしましょう！

---

◆発信日・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・Captain 平本 靖夫

◆編集長・・・岩下一智・(株)I&C・HosBiz センター 執行役員

マーケット・クリエイター(MRC)・・・CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

<https://www.facebook.com/MRCkazu/>

\*「理念営実戦のすすめ」特価(888円税込)で販売

<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>

ご愛読ありがとうございます

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

◆お問い合わせ・質問は

メールアドレス：[kazu\\_zohan@hosbiz.net](mailto:kazu_zohan@hosbiz.net)

発行責任者：Captain 平本 靖夫、 編集長：岩下 一智 MRC

\*配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

[%cancelurl%](#)