

不況無縁の増販増客、売上増！……その基本的ノウハウを、毎号お届けしております

198号『増販増客ニュース』コンテンツ

- 人脈について考える 1/2
- 人脈を分類してみると…… 2/2
- 真の人脈は名刺の数ではない 2/2
- 日頃からビジネスを意識する 2/2

100年に一度の不況でも、工夫次第でまだまだやれる！！

365日、毎日がビジネスチャンス！
“攻め方”を知って効率よく売上アップ！
CTPTマーケティングで増販増客！

全業種共通！

6月といえば梅雨、外出がおっくうになる季節です。長雨で洗濯物が乾かない、不安定な気候で体調を崩しやすいなどデメリットもありますが、最近では、レインファッションを楽しむ傾向にもあります。

高級レインファッションの専門店などもヨーロッパから進出し、レインコート、レインブーツが若い人に人気です。

「雨がっぱ」「長靴」という一言では片付けられないようなファッションブルなコートやブーツは、季節ごとに新作を発表し、大きな支持を得ています。

憂鬱な雨をファッションブルに楽しむ工夫をぜひ、みなさんの周りの方々にも提案してみてくださいね。

さて、先月はコンセプトとターゲットに焦点を合わせたお話をいたしました。今回は、「人脈」について解説いたします。

人脈について考える

みなさんはご自身の「人脈」について考えたことがありますか？とある若い経営者にこの質問をしたところ、「人脈なんてないですよ、自分は会社を始めたばかりで、まだお客様もいないような状態です」とおっしゃいます。

しかし、新米社長にも、専業主婦にも、子供にも、誰にでも人脈はあるのです。

生まれながらにして人脈を持っている人も多くい



梅雨前線でうっとうしい時期。衣替えの季節です。ブライダルシーズンですが近年、少子化、晩婚化、ジミ婚といわれ、個性派結婚式が増えてきました。レストランウェディングが増えているなど、いままで結婚式に無関係の業種業態が結婚式需要を獲得できることも意味しています。



7月はお中元シーズン。賞与も出て消費は1年でも12月に次ぐ月。近頃は猛暑が多く、エアコン需要や夏物商品がよく売れます。各地で山開き、海開きも行われ、夏休みに突入します。お中元の予約は5月から始まるケースもあり、デパート、コンビニ、専門店、ネットなど顧客の選択肢が多様です。地方からネットで、お中元商戦への参加も可能な時代になっています。



2月8月は、ニッパチといい、商売がダメな時期といいますが業種で違います。衣料品は最低水準、飲食はむしろ12月に次ぐ売上です。帰省の多い地方は、飲食需要が多くなります。最近では猛暑が記録的でエアコンや夏物も売れています。8月9月は、台風の連続で、住宅関連やリフォーム需要が増えます。8月は、夏物最終処分をすみやかに、秋物展開へ移る時期でもあります。

経営カレッジ

ツバサポ

つばさマーケティングマネジメントサポートクラブ

〒959-1234 新潟県燕市南7丁目17-9-1 県央ランドマーク2F
 TEL:0256-66-3450 FAX:0256-66-3450
 URL:<http://www.tsubasapo.com/>

| 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |
|--------------------------------|-------------------------------------|--|---|-----------------------------|---|---|---|--|---|--|---|
| お正月 初詣 初荷 成人の日 新学期 | 立春 節分 豆まき バレンタインデー 卒業旅行 | 雛祭り ホワイトデー お彼岸 進級・進学 卒業 春休み | エイプリルフール 就職・新学期 入園・入学 花見 ゴールデン・ウィーク | こどもの日 母の日 運動会 修学旅行 | 衣替え 父の日 梅雨入り ジュニアプライド (結婚式シーズン) | 中元、七夕 梅雨明け 暑中見舞い 海・山開き 花火大会 | 広島・長崎 終戦記念日 帰省・お盆 同窓会 夏休み宿題 | 防災の日 敬老の日 秋の七草・月見 お墓まいり 台風 | 体育の日 ハロウィン 中間テスト 紅葉狩り 秋祭り 秋の遠足・運動会 | 文化の日 七五三 勤労感謝の日 西の市 文化祭 学園祭 | 御歳暮 忘年会 大掃除 クリスマス 大晦日 歳末助け合い |

年間の増販増客カレンダーを常に念頭に置きましょう

ます。例えば大物政治家の家に生まれた子供、大企業経営者の子供、大物芸能人、世界的な芸術家、スポーツ選手など、生まれた瞬間に一般人の何千倍もの人脈を持って誕生します。

いかがですか？一言に「人脈」と言っても、これだけのケースがあるのです。こうして考えれば、いかにご自身が人脈を持っているかがおわかりになると思えます。

人脈を分類してみると……

こうした生まれながらにして人脈を持つ人はごくわずかであり、一般人にとっては真似のできない世界ですが、一つ一つ洗い出すと、私たちにも多くの人脈があることに気がきます。

人脈を6つに分類してみましよう。

- ・ 知縁人脈……弁護士や医師など、専門知識を持つ人。自分だけが人脈だと思っても、向こうはそう思っていないケースもあるので注意が必要です
- ・ 血縁人脈……親、兄弟、親戚といった親族だけではなく、配偶者のネットワークも含まれます
- ・ 地縁人脈……出身地のネットワーク。現住所との距離があればあるほど、繋がりが強くなると言われます
- ・ 学縁人脈……出身学校。大学だけではなく、小・中・高も含まれます。同窓会へは必ず足を運びましよう
- ・ 遊縁人脈……趣味や遊びのネットワーク。利害関係のない趣味や遊びは人間関係を強め、急にビジネスに繋がることも
- ・ 商縁人脈……ビジネスのネットワークを社内外で分けて考えてみましよう

真の人脈は名刺の数ではない

一つ注意したいのが「ただの知り合い」なのか、「いつでも連絡を取れる生きた人脈」なのかを押さえる必要があります。

所有している名刺は、出会いを表しますが、実際に顔や話した内容を覚えていますか？名刺の実数と支障なく連絡できる数は違います。名刺の中から一緒に食事をしたことがある人、いつでも連絡でき、会うことができる人の数を把握してみましよう。

名刺同様、住所録や年賀状でも上記の実数を出して見ましよう。いつでも連絡を取れる人が、どのくらいいるのかを把握しておくことは重要です。

日頃からビジネスを意識する

人脈は、そのままビジネスで活かせます。思いもかけず、小学校の同級生が自分に関係のある業種の会社を経営をしており、最真にしていた業者との取引をやめ、自社との取引を開始してくれたという話もあります。

また、いつもスナックでよく会うおじいさんと、たまたま会話をしていたら意気投合し、ビジネスに発展するような話もよくあります。

どこに人脈が落ちているのかわかりません。常日頃からこうしたことを意識していれば、自然と人当たりがよくなり、人が周りに集まるようになります。

まずは自分の周りの「人脈」について洗い出してみてください。ここからが「身内マーケティング」の始まりです。

経営カレッジ

ツバサポ

つばさマーケティングマネジメントサポートクラブ

〒959-1234 新潟県燕市南7丁目17-9-1 県央ランドマーク2F
TEL:0256-66-3450 FAX:0256-66-3450
URL:<http://www.tsabasapo.com/>

JMMO主宰 企画塾代表 高橋憲行の連載です
『企画書の「基本」が身につく本』(学研パブリッシング)を始め、企画・マーケティングで100冊以上の著書。多数の成功事例などを下記HPにも紹介。
企画塾ホームページ<<http://www.kjnet.co.jp>>