

販売は難行苦行

「一倉定の経営心得[5-8]脱・下請け」は、「下請けの低収益から脱出したければ、販売という難行苦行に耐えなければならぬ」と説きます。さらに、「下請加工というのは、事業経営で最も大切で、最も難しく最も苦しく、最も根気強く推進しなければ成功しない、販売」という活動をしなくても済む。一番苦しいことを避けているのだから、低収益は当たり前であり、その難しく苦しい販売をやっている親会社をうらみに思うのは明らかに間違っている。」と説きます。

このことは、何も、下請けの場合に限らないと思います。既存の製品やサービスが一生売れ続ける保証などありません。会社が継続するためには、既存の製品やサービスの売上を増やしたり、新製品や新サービスを開発して販売していく必要があるからです。いずれかにせよ、販売を増やせ続けなければなりません。

新たな販売をつくるのは、本当に難しいことだと私も実感します。私自身についても然りですが、私のお客様みなさまが、日々努力されていることと思います。とてもいい製品やサービスを持っていても販売できない人がいる。製品やサービス自体は平凡だが、よく売れている人がいる。世の中をみていると、そのように感じることがあります。ただ、一つ言えることは、売れるには売れるだけの理由があるということです。販売側が、売れるための涙ぐましい努力をしていることがあり、仮に平凡と思われれる製品だとしても、買う側の視点に立ち、どのようなニーズがあるか、どのような使用場面が想定されるか、どのような言葉で訴えればいいのか、などについて、熱心に研究されている方がいます。

同じ製品やサービスであっても、販売の仕方で、売上は大きく影響を受けます。そして思うに、売上が上がれば、品質も向上するのではないのでしょうか。一時的に販売が伸びても、品質が伴わなければ一過性のものとなってしまいます。また、誠実な経営者であれば、伸びてきた販売に取っ組み合い、品質を向上させようとするのではないのでしょうか。

販売は難行苦行ですが、得るものが大きいのではないのでしょうか。

江幡 淳