

「待った無し」の年がやってきました！

新年、あけましておめでとうございます。

年始からいろいろと経済情勢は緊迫しています。

ついに、日本企業は、従来型の営業スタイル（お客様から答えを頂ける）を中心とする活動に無理が生じ始めましたのかも知れませんね。



親方日の丸型、大手傘下型、組合等の寄り合い型（※御用聞き営業は、逆にIT化されつつある）などがその実態でしょう。

管理職を筆頭に、営業パーソンも硬直化し、守備範囲の狭い枠の中でジタバタするだけで、大した成果も上がらず、組織的にも現場の当事者本人も挑戦意欲や成長志向が希薄化しているという病理的な企業が増えています。

これらはすべて「待ち」の姿勢が**カラダに染み付いて**思考停止状態（※言い訳を言っている自分にさえ気づけない）が原因ではないかと思われれます。強いリーダーシップが求められているのですが、果たして・・・。

そんな中、頼みの綱である経営コンサルや広告代理店の言うことは、現場にフィットせず、小さな企業にも合った営業の仕組みづくりや、マーケティング、販促に関するエキスパートも周りにはいないのが実情です。

しかし、潜在市場に目をやり、新たな「売り物（商品&サービス）」を開発し、こちらからお客様をつくりだす仕事が大切なのは誰の目にも明らかです。少なからずリスクはあるにせよ、何かを始めないと**体力は日に日に衰える**ばかりでしょう。

まだ心に少しでも余裕のあるうちに、お客様の目線に立ったマーケットインのサービスを作り出すことが不可欠です。

ところが、これらの山積みする問題の割には経営層の勉強や現場の教育には、まったくコストをかけていない企業ばかり。教育と言えば自社の商品勉強会か工場設備の運用学習と勘違いしている人ばかりです。

人の問題については短絡的にせず、長期的スタンスに立って欲しいのです。悲観的要素ばかりを並べ諦めて手をこまねいているだけにならないようにして下さい。出来ることから着実&確実に始めることが大切です。

駄目といって放置するのは益々大きな危険を呼びます。状況は以前にも増して悪化するに違いありません。結局、いい商品を開発したとしても、すぐ、**自らで安売り**してしまうような人材では経営改革にはなりません。

かといって自分がわからないことを、安易に身近な人に相談して自己満足してはいけません。相談された相手に、逆に「鴨（カモ）」扱いされる恐れがあるからです。おまけに付き合いやしがらみに囚われてはどんどんマズイことになるでしょう。

机上論・数字論中心の先生や社長に気休めを言う相談役を当てにしているのは駄目です。

マス媒体や広告・IT・システム開発等をネタに、**近づいてくる「虫(ムシ)」**には気を付けないと足元をすくわれるでしょう。

本セミナーでは、潜在ニーズの発掘方法、マーケットインの商品開発における注意点、人材の意識改革、仕組みづくりや営業の全体設計などについて説明します。

是非、本「利益アップ&戦力アップセミナー」をご選択頂き、あなたが会社に積極的に関わり、あなた自身が会社に働きかけ、そして人を動かし、あなたの手で未来を掴んで下さい。