



小栗キャップの News Letter

税理士法人オグリ 代表社員 小栗 悟

〒500-8847 岐阜県岐阜市金宝町 1-3 岐阜第一生命ビル 4F

TEL : 058-264-8858 FAX : 058-264-8708

Email: info@otc-oguri.com <http://www.otc-oguri.com>

2013年7月23日(火)

鵜呑みは危ない！ パレートの法則

マーケティングではパレートの法則に基づく活動が効率的といわれています。売上の8割を顧客の2割、売上9割を顧客3割が生み出すので、売上を伸ばすには顧客全員を対象としたサービスを行うよりも、上位3割の顧客に的を絞った営業活動を行う方が効率的であるというものです。

上位顧客A・Bクラスに営業活動を集中

金属部品加工業のA社はB to B型で、100社程度と取引しています。社長が売上を分類したところ、本で読んだパレートの法則のどおり、上位30社で売上の90%程度が占められていることをつかみました。法則に沿い、営業マンを上位30社のAとBクラスにはりつけ、残りの70社のCクラスにほとんど営業活動をしなくなりました。数ヶ月後、30社の売上はそこそこ維持されていましたが、会社全体の売上は低下してしまいました。

Cクラスから受注がとれた

慌てた社長は、そこで内勤の営業事務員に「残り70社Cクラスに電話して、様子をお伺い」することを指示しました。売上が低下して仕事量が少なくなっていたところなので、バンバン電話をかけまくりましたので、少額ではありますが、次々と受注が取れました。

基本に沿った営業活動へ戻れ！

社長は、営業事務員が電話した顧客を訪問し、受注品の仕様打合わせをしながら、同時に要望を聞き出しています。持ち帰った要望を社内で検討し解決策を、顧客に提案しています。また、顧客の業界動向を調べ、業界の成長性をつかみ、会社の将来の方向を見つけ出そうとしています。こういった情報は、売り上げの金額と関係なく多くの顧客を回ることによって得られることがわかりました。

パレートの法則も時と場合

パレートの法則は、業界全体が伸びているときには、効率的に受注を伸ばす良い方法ですが、現在のように業界全体が低迷しているようなときは、いくら上位30社に張り付けても、おおもとの需要がありませんから受注は伸びません。かえって広く浅く受注を掘り起こす事が肝心でした。社長が気づくのが遅く、勉強代が高くつき今期は減収になる見込みです。

