



「こだわり」の使い過ぎは逆効果



倉田豊治(くらた・とよじ) 株式会社サンユウ専務取締役。オリックスに4年、日本興亜損保に10年間営業マンとして勤務後、99年サンユウ創業。当初は本当に売れない日々の連続で、2月の-2℃の中寒さで死にそうになったり、カードローン地獄も経験する。オール電化普及で次第に売れはじめ三菱電機・東芝などの関東地区販売実績で度々第1位を獲得。最近では文化放送・ニッポン放送などのマスコミにも出演。FMで毎週火曜日にビジネス番組も持つ。日経ホームビルダーなどの取材も受ける。現在、自身の経験を元に「いくつかのルールを守るだけで凡人でも短期間でダントツの成果を上げる営業ノウハウ」をテーマにビジネス塾を主催講演中。

お客を増やすためのチラシや広告で、使ってはいけない言葉は何かご存知ですか。

その前に、そもそもなぜチラシやDM、広告を打つのかということから考えてみましょう。もちろん、ホームページだろうと新聞広告だろうと同じで、忘れてはいけない大事なことがあります。

それは「もし世の中に、あなたしか存在しなければアピールする必要はない」ということです。広告そのものが不要といってもいいでしょう。

つまり「ライバル会社がいなければ、広告でアピールする必要などない」ということです。あなただけなのですから、いわば市場を独占している状態なので、広告でアピールする必要なんて、これっぽっちもないのです。これは忘れてはいけない重要なことです。

ライバルがいるから広告が必要

アピールするということは、誰かとの競争や比較が前提条件としてあるはず。ライバル会社がいるからこそ、自らの差別化ポイントやアピールポイントを訴える必要があるのです。この基本を理解していないと、チラシやDMなどで大変な間違いをしてしまいます。

では、冒頭の質問に戻って「お客を増やすための広告で、使ってはいけない言葉は

何か?」。もちろん、別に使ったらダメな「言葉」があるわけではないのですが、気乗りしない「言葉」があります。それは「こだわり」という言葉です。

ホームページでもチラシでも、安易に「こだわりの〇〇」という言葉を使いすぎて自爆してしまっているケースを多く見かけます。

「職人が素材やデザインにこだわって…」

「～にこだわったサロンです」

「こだわった逸品です」

「こだわりの味」

「当社の職人がこだわって～」

「こだわりの素材」

チラシやインターネットを見れば「こだわり」のオンパレードであることが分かるでしょう。あらためて意識して見ると、本当にうんざりするほど「こだわり」という言葉が使われていることに気づくでしょう。

おそらく当人たちは「ものすごく慎重に、力を入れて、吟味している」ことを伝えたいという気持ちがあるのでしょう。

しかし、はっきり言います。「こだわり」という言葉を安易に使うぐらいなら、使わない方がいいです。これは重要です。

なぜなら、広告というものはそもそもライバルと自社がいてはじめて、違いをアピールするために必要になることは先述した

●図 「こだわり」と「積小為大」

こだわり

- ・安易な「こだわり」は逆効果
- ・ライバルより本当に強いのか
- ・たくさんあるうちの1つならOK
- ・考え抜いた「こだわり」を使う
- ・自社ブランドを毀損しないか

積小為大(せきしょうだい)

- ・二宮尊徳の言葉
- ・小さな行動でも継続
- ・継続が大きな成果に
- ・凡人でも優れた人

とおりで。

それなのに、ライバルと比較してもそれほど違いのない項目にまで「こだわりの…」なんて書いてあるチラシやホームページを見たら、お客はどのように感じるでしょうか。

自社の底の浅さを、広く世の中にお披露目することになるだけです。お客は敏感ですから、逆効果になります。

「こだわり」とアピールするからには、「確かに、おぉーすごいなあ」と思ってもらえるようにすることが大事なのです。

もしくは、数あるアピールポイントの中のひとつとして「こだわり」項目もある、ぐらゐの表現ならいいと思うのです。

アピールする項目をどうすればいいのか、なかなか自分では自社のことは分かりにくいものです。そこに難しさもあります。

どうすればいいのかと言われて、明確な答えがあるわけではありません。

私は、良くこのようなことお手伝いをしています。社長とじっくり1日かけて、「こだわり」が何なのかを話しています。そのくらい安易に「こだわり」という言葉を使ってはいけないのです。

安易な「こだわり」は逆効果になるだけなので、やめた方がいいと思います。自社のブランドが毀損するので注意してください。

安易な「こだわり」とまったく逆の視点から、私が好きな言葉「積小為大(せきしょうだい)」を紹介します。

凡人が優れた成果を上げるには

これは、薪を背負って歩きながら本を読んでいる姿でお馴染みの二宮金次郎(尊徳)の言葉です。

小さな行動でも休まず続ければ、その積み重ねは大きな成果になる、と説いています。

実は私は詳しく知らなかったのですが、二宮金次郎は優れた農政家として、各地の廃村・荒村の復興を指導し、農民の貧困を救うなど農政改革を実行した方です。

彼は幼少期に両親と死別し、幼い頃から仕事をしつつ本を読んで勉強したといえます。それが昔小学校によくあった銅像です。

「積小為大」という言葉には、農政改革指導の基本に道徳律を据えた実践道徳家である彼の個性が出ているのではないのでしょうか。

優れた才能がなくても、コツコツとやり続けることで追いつくことができる。継続することで、凡人だって優れた能力を持つ人と変わらない成果をあげることができるのです。

積み重ねていく、そして、時間を掛けていく。ビジネスでも同じことが言えますよね。