

# トラブルメリット

経営スピードダウン!?

現場イズム・ニュースレター/バージョンアップ版  
マーケティングヒント編から抜粋



<http://www.NomotoYasuhide.Com>

*you Consultants Inc.*

先日、ご相談があった事例です。

「お客様の流失がひどいんです。どうしてなのかわかりません！」

この方は、「顧客流失の理由さえわかれば・・・。」

と、この**問題の理由**を探されていました。

さあ、皆さんはどう思われますか？

顧客流失の理由がわかれば、この方の悩みは解決されるのでしょうか？

私は、この方に次のような質問をしました。

「顧客流失の理由を知ることと、顧客流失の対策を講じることは違いますが、あなたはどちらを望まれますか？」

そして、「顧客流失に対策を講じることで、経営的に効果がありますか？」と。

皆さんはもうわかりですよ。

**理由を知ることよりも、対策を講じることの方が重要。**

それも、効果がなければ、次に効果があることを実行すべきなのです。

目の前の**問題を解決**したいばかりに、その**事実にとらわれて**本来の目的を見失いがちです。

もちろん問題の解決が不必要ということではありません。

が、何をゴールに取り組んでいるのかを、いつも自分自身が確認しておかなければ、経営スピードが思わぬところでスピードダウンしてしまいます。

具体的な例で話しますと、新規顧客の集客のことばかり考えていて、広告の反応率を上げることだけに時間を費やす。

目的は、当然「儲かること」。

でも、利益を上げるには成約率を上げる工夫をしたほうが早い場合も。

他には、DM やニュースレターを作成することだけで精一杯で、発送したことで満足して、数ヶ月経過したところで、「反応がないので、意味がないのでは」と思ってしまう。

これは、言語道断。かたちどおりにやれば効果が上がるのではなくて、そこからオリジナリティを加味しないとうまくいくはずはない。  
**猿真似がダメなのと一緒に。**

つまり、こういうことです。  
現在、取り組んでいることや問題解決について、

**目的や意図は明らかですか？  
効果があることを予測していますか？**

これらを再度、確認してみてください。

もしかしたら、今の時点で懸命に取り組んでいる事項が、経営をスピードダウンさせているかもしれません。  
定期的に、ポイントを確認することが大事です。

クライアントさんのところで、トラブルが発生することがあります。  
広告の失敗、顧客の流失、クレームなど等。このような時にどう考えるのか。

**『トラブル・メリット』を探すようにしています。**

どういうことかと言いますと、  
良くないことが起きてしまったわけです。  
感情的にはがっかりします。  
その処理の対策を早急に講じる必要があることも事実。  
しかし、ここで一呼吸が大事なのです。  
この一呼吸でやるのが、トラブル・メリットを探すこと。  
起きてしまった良くないことから、学べること・気づけること等のメリットを探すのです。悪いことの反対は、良いこと。

**物事は何事も作用と反作用、表と裏、光と影。**

だから、そのトラブルには何かが隠れています。  
必ず見つかります。

**警告**

このレポートに収録されている文章及び内容については、ダウンロードした方がご自身で読み、ご自身のために役立つ用途に限定して無料配布しています。

このレポートを、販売、オークション、その他の目的で利用するには、著作権の許諾が必要になります。

このレポートに含まれている内容を、その一部でも著作権者の許諾なしに、複製、改変、配布を行うこと及びインターネット上で提供する等により、一般へ送ることは法律によって固く禁止されています。