



『顧客の数だけ、見ればいい』

明日の不安から解放される、たった一つの経営指標

【著】小阪 裕司 PHP研究所(2024/10/9)

本日は紹介する一冊は、「ワクワク系マーケティング実践会」を主宰する、
オラクルひと・しくみ研究所代表の小阪裕司さんによる経営書です！

book review

【感想】

多くの経営者やビジネスパーソンは、「明日の売上は大丈夫だろうか…」と不安を感じたり、「もっと自分が頑張らなければ…」とプレッシャーに押しつぶされそうになることはありませんか。

本書では、圧倒的な業績を上げる企業には「愉しそうに仕事をしている」という共通点があると指摘しています。不安のない経営を実現するためには、経営指標を「顧客数を増やすことだけ」に絞るべきで、KPI(重要業績評価指標)も「顧客数」にフォーカスするという考え方です。

この「顧客」とは、単なる来店者やリピーターを指すのではなく、
重要なのは次の3つの要素を持つ方を、顧客と定義しています。

1. 愛着を持っている
2. 信頼を寄せている
3. 共感を抱いている

こうした顧客が増えると、自然と「どうすればお客様の役に立てるだろう？」という視点で価値の提供を考えるようになります。また、このプロセスを通じて、会社のストーリーが豊かになり、商品やサービスに共感し、応援してくれる顧客が増加して、事業は発展していきます。価値観に共鳴する顧客を増やすことで、社員も働きやすくなり、会社全体が活気にあふれた組織へと変化していくことができると書かれています。

本書では、こうした考えを実際の会社の成功事例を交えて解説しており、経営に悩む方や新しい視点を取り入れたい方におすすめです。本が苦手な方でも読みやすく、すぐに実践できる内容になっています。

【以下引用】

・売上だけを指標にしていたら、いつまでたっても時代に振り回されるのに対して、「顧客」を指標にすれば、どんな時代になっても乗り切れるという自信をも手に入れることができるのです。

・「価値」を売ること、それに共鳴してもらうこと、それが「顧客」を生み出す最大のポイントです。

・ここで重要なところですが、「こういう人に顧客になってほしい」からスタートするのではなく、「こういう価値を提供したい」から始まって、その価値に共鳴してくれる人が顧客になる。という流れです。

中小企業でも真似がしやすい事例がいくつも散りばめられており、分かりやすいです。
中小企業でも持続可能な、幸せなビジネスがしたい、そう考える人に、ぜひ読んでもらいたい一冊です！