

月刊e-Coaching第6号を ご覧の方からお寄せ頂いたご感想

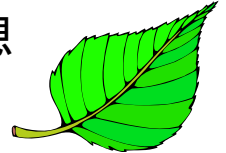
コミュニティ型ビジネスモデルの立ち上げ方に関するご感想

営業が苦手な職人型企業と提携するビジネス 広告代理店モデルを立ち上げる 合宿の重要性

5. 第6号をご覧になって、特に良かったと思う点をお書きください。

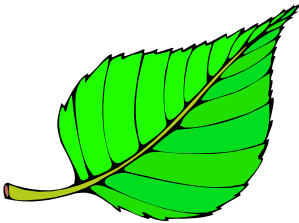
コミュニティ型マーケティングビジネスについての田中さんの内容は、圧巻でした。田中さんと同じ疑問を抱きながら拝読していたので、当事者意識で読み進めることができました。また、本ビジネスの立ち上げ方は、他のビジネスモデルにも応用できる点が多々あるという意味からも、満足できる内容でした。

(通信販売業、代表、K.K.様、愛媛県新居浜市)



<中山より>

K.K.さん、いつもメールやアンケート有り難うございます。私自身も、できる限り他のビジネスに應用頂きたいと思って執筆しましたので、そのように捉えて頂き、嬉しく思っております！



<中山より>

佐藤さん、アンケートどうも有り難うございます！今回は、佐藤さんと同様に、「タイムリーだった」というご感想を、たくさん頂きました。

「事業領域」の件は、おっしゃる通りだと思います。そして、どういう手順で、領域を広げていくかについても、初期段階から設計しておくことが重要だと考えております。それこそが、戦略ですね！

5. 第6号をご覧になって、特に良かったと思う点をお書きください。

丁度、自分の悩んでいるポイントタイムリーでした。田中さんの心理はうばずけるくらいあり、リアルで読む側にもインパクトがあります。お種の生々しさ、コンテンツの説得力を増している点が良いです。

6. 起業・新規事業に関して、今一番お悩みになっていることはどんなことでしょうか？どのようなことに最もご苦労されていますでしょうか？

事業領域をいかに限定するかが悩ましいです。ITの世界は関連項目が多く、“その気”になると手は広がりすぎるくらいあるかと。“何をやらばいか”を厳密に定義しなくては、、、

7. 月刊e-Coachingが発行されてから第6号を迎えたわけですが、過去の中で最も良かったのは、第何号でしたでしょうか？(今回が初めての方は、第6号をお選びください。)

創刊号 第2号 第3号 第4号 第5号 第6号

お名前: 佐藤健二 上記内容を今後、月刊e-Coaching等に掲載しても宜しいでしょうか？
 掲載しても構わない 匿名なら構わない 掲載不可

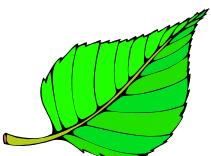
(石川県金沢市、佐藤健二様)

価格.comやホテル予約サイトのようなものが儲かるとしても、いきなりあんなサイトやシステムは自分には作れないと感じ、それを言い訳に行動をしませんでした。

でも、地道な価格調査や数社を囲い込むことから始めたなどの立ち上げ段階の行動を知り、無理なく小資本で立ち上げる方法があるということを知り、参考になりました。

何かアイデアを思いついたときは、いきなり完璧なものの提供できなくても、自分にできるところから始めてみます。

(愛知県刈谷市、鳥居様)



<中山より>

鳥居さん、いつもアイデアのご投稿やアンケート、有り難うございます。最初の小リスクのテスト段階において、「これは絶対いける！」という実感をいかに掴むかが、私はとても重要だと考えております。その意味でも、第6号以上に、最新号の「第7号」は、お役に立てたのではないのでしょうか？！また、ご感想やアイデアを楽しみにお待ちしております。

「参加型勉強会は、なぜ機能しにくいのか？」に対するご感想

「勉強会はなぜ機能しにくいのか」を興味深く読ませていただきました。

今、ある会社内で新規事業の事業部を立ち上げ、メンバー4人で戦略・戦術などを練り、日々活動しております。当然、役職があり基本方針も決まっているのですが、有意義な会議にはほど遠い状態です。メンバーの入れ替えは簡単には出来ないのですが、それを含めた対策もある時点では必要かも知れないと感じました。
(東京都葛飾区、K.M.さん)

最初にありました、「なぜ自主的な勉強会、メーリングリストが機能しにくいのか？」。

こちらの記事は、現在関わっているプロジェクトにて、蒼々たるプロフェッショナルメンバのみの会議にもかかわらず、どうもうまく機能していないなあ、といままで不満に思っていたもののナニがいけないのかよくわからずにいたのですが、役割1, 2, 3 + おまけのすべき振る舞いを具体的に教えて頂いておりますので、すっかり合点がいきました。

現在の私のポジションを自分で判断するに、オピニオンリーダーへの反論リーダになるべきと考えましたので、会議の場で実践しています。役割を分かって振る舞うと、面白いもので会議の質が格段にあがったように思います。ありがとうございました。

(東京都葛飾区、K.T.さん、プロジェクト進行中)

<中山より>

新規事業であれば、なおのこと勉強会以上に構成は重要になりそうですね。無事、上手く進みますことを願っています。



<中山より>

早速、具体的にご活用頂き、とても嬉しく思っています！でも、本当に、参加メンバーがすごい人ばかりなのに、何も機能しない会議というのは多いものですよ…。



<中山より>

アンケートどうも有り難うございます。本誌でも勉強会を立ち上げようとしているわけですので、私自身もぜひ注意したいと考えております。

5. 第6号をご覧になって、特に良かったと思う点をお書きください。

参加型のグループを組織化しようとしたところがあるが、うまくいかず失敗した経験がある。今回の解説で、なぜだったのかがよくわかった。

(小売業、代表取締役、H.N.様、長崎県大村市)

「コミュニティ型マッチング・ビジネスの立ち上げ方」
これはひたすら学ばせていただきました。ありがとうございました。

「勉強会はなぜ機能しにくいのか」

とても明快な分析がなされていたと思います。特に、メーリングリストは情報貰う事にどうしても重きが置かれてしまうようになりますし、段々と単なる誰かの「宣伝メールの場」となってしまうですね。

ちなみに、私は今、クライアントの若手社員を対象としたマーケティング勉強会をさせていただいています。ともすれば、業務とは直接関係ない内容、関心事の差異、また基本的に私が講義することが中心になってしまうため、“しょうがなく参加した”的なスタンスになってしまいがちになります。これを打破すべく、

今の業務にストレートに活かせる内容、活かすための考え方の呈示。

皆がよく知っているメーカー、商品の事例の呈示。

なるべく個々の参加者との対話型での進行。

(マーケティング用語など、なんとなく耳にしてきた言葉はどんな意味だと思っていたか?等)

を心掛けています。今回の「勉強会はなぜ機能しにくいのか」のおかげで今後の勉強会の進め方がとてもすっきりと考えられました。ありがとうございました。

あと、全然関係ありませんが、今まではだまってA4で出力しておりましたが、そうすると電車の中で読みにくい、かさばって保存もしづらいうという難点がありました。しか~し！思いつきました。(笑) A4の用紙1枚に2ページを面付けして出力して半分に切る！そしてA5サイズの2穴パンダに綴じて持ち歩く。これで少々混雑した電車の中でも読みやすくなりました。

(ばしてえプランニング、代表、奥田様)

<中山より>

K.O.さん、いつもたくさんのメールを有り難うございます。なかなか、個人的にご返事できずすみません…。奥田さんのやられている会議の進め方、本当に参考になるのではないかと考えています。特に「業務にストレートに活かせる内容」というのは、参加意識を高める上でも有意義ですよ。



「勉強会はなぜ機能しにくいのか」は、自分のアイデアを掘り下げていく思考プロセスの上で大変有効になるものでした。

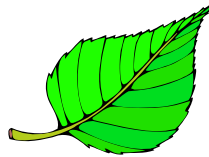
役割1～3とおまけの4人は、自身の中にも同時に存在しているわけですから、意識的に自身の中で4人の視点を持って思考すればいいのですね。

また、個人的には「おわりに」での合宿の内容に興味を持ちました。

(クライアント様コース、鈴木様、山形県米沢市)

<中山より>

「意識的に4人の視点を持って思考する」、とても分かりやすい表現だと思いました。どの立場にでもなれるようになれば、もうプロの域といったところでしょうか！



<中山より>

やはり中小企業の場合、社長の能力がずば抜けて高いがゆえに、自然にそうになってしまうのでしょうか。私自身も、今後、社内にて気を付けなければなりません。(笑)

その他、全般的なご感想

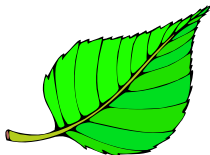
今回はどのコンテンツも「非常に良い」にチェックを付けたいくらいでしたが、解りやすいように辛口にチェックをつけました。とにかく、広告代理店モデルがとてもすばらしく、【小規模メルマガ対象の完全成功報酬型広告代理店】はそのまま使いたいくらいです。本当に！

最近、とにかく起業のことを考えていて、タウンページを読んだり、リクルートが出している「独立事典2005」(アントレ特別編集)という本を読んだりしていました。読めば読むほど、自分の手に職があればなあと感じていました。

しかし、前回や今回の記事にあるように、手に職がなくても、仲介などですばらしいビジネスモデルができることに勇気づけられています。(手に職がないことで、逆に良かったと考えるようにしています)あと、一休.comが最初は5ホテルだったとは驚きです。

また、重要視すべきことは「数」より「率」！ハイテクな分野より、いわゆるローテクな分野にチャンスあり！などなど、すごい文章が目白押しで、あとから何度も読む&考える、をしたい思います。

(愛媛県今治市、起業準備中、T.O.様)



<中山より>

現実的には、「7つの視点」にもあるように、「手に職を持った上で進めるビジネス」の方が少ないのではと考えております。そういった現実が、「情報起業」の考え方の浸透の結果として、薄れてしまっているのではないかと懸念しています。

なお、今回の「広告代理店ビジネス」は、ぜひ、どなたかに実行して頂きたいところですね。

奈良県桜井市の巻木です。

自身のビジネスに、部品メーカーの営業代行が含まれています。

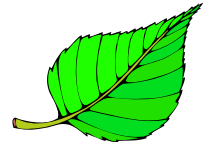
第6号では、「営業が苦手な職人型企業と提携するビジネス」が取り上げられており、たいへん興味深く読ませていただきました。優れた技術を持つパーツメーカーは数多くあります。

優れた製品を市場に流通させることができれば、営業を生業とする者にとって嬉しいかぎりです。

(事業経営、代表、巻木敏徳様、奈良県桜井市)

<中山より>

巻木さん、いつもメール有り難うございます。独立早々、多くのクライアント様を抱えられ、まさに巻木さんの営業力がどれだけ素晴らしいか、テスト・マーケティングをいかに丁寧に進められたかといったことを想像しております。ぜひ、この勢いで、着実に進まれますこと、願っています！



まずは、私のアイデアを紙面で取り上げていただきありがとうございました。

アイデアの広げ方(しおり 日用的に使用する道具)や営業方法の例など具体化の方法など参考になりました。

次に「起業や事業を進めていく上での「型」を知ること」のコメントに、情報を得ることについての抵抗が減りました。「守離破」ということばを思い出しいいものは吸収し、利用して自分のものに変えていけばいいのかと思いました。

(愛知県刈谷市、鳥居様)

<中山より>

そうですね。ここ1～2年で、「一時的な成功」、「超短期間での爆発的成功」といった考えが急速に広がってしまい、本来あるべき「起業の型」というものが、わけが分からなくなっているのが実状だと思っております。ですので、まだまだ「型」を盗んでいくプロセスは、非常に重要だと考えております。



「コミュニティ型マッチング・ビジネスは...?」のテストマーケティングに関する部分がとても参考になりました。

母数は2000~3000。ただし、最低100あればかなり精度が高い。個別に話を聞き、定性的に判断する方法も可。費用は5万円程度。地域密着型の消費者向けの場合には、費用がかさむことがある。シロクロの判断。

こういう具体的な数字が、実は分からないのです。とても参考になります。これからも、「こんなことはみんな知っているだろう。」と省略せず、詳しく解説してください。

今検討中の事業

またもや「 」についてです。

1. まず、自分の塾で「 」を立ち上げます。

これは、「地域密着型の消費者向け」になると思います。近辺にタウン誌の折り込み広告を入れると4000部なので、母集団4000と考えます。広告では説明会の出席者を募集します。これが反応率でしょうか。そして、実際に学習を始めた人数が成約率と考えます。

そうすると、1ヶ月に4回チラシを入れることで、plan・do・seeを4回行える計算になります。チラシ1回で折り込み料12000円+制作費がかかります。A4両面単色、またはB4片面単色を考えていますので、うまく探せば制作費20000円ぐらいで済ませられそうな気がします。ので、予算15万円というところでしょうか。できれば、折り込みを1回で済ませられればいいのですが。

2. 展開

どの時点で、多教室展開を始めるか、直営かマッチングかを決めかねています。というか、まず受け入れられるかどうかの問題ですが、受け入れられたとして、どのくらいの期間でノウハウが蓄積できるかにかかっていますね。最初はマッチングとして考えていたのですが、直営の多教室展開の方がやりやすそうな気がしてきました。

私事ですが、息子が中1になりました。この息子の学習指導が心配なのです。一般的な塾へは行かせたくありません。自分の子供を行かせるなら「 」です。塾がある所とは地区が違うので、どうしても早く息子のいる地区に教室を出したいのです。自分の子供がいるとやりにくいので、他の先生の指導を仰ぐ。となると、やはり直営の方が早いかな?と思うのです。

またまた、いろいろ書いてしまいました。

こうしてメールを書いていると、相談できる相手がある事がいかに心強い、精神安定上も大いに助かります。自分の考えもよくまとまります。

ゴールデンウィーク終了後から授業が始まるようにしようと、現在準備中です。説明会は4月24日(日)を予定しています。これは、給料日直前の日曜日なので、みんな家にいるのではないかと考えからです。

以上の考え方の中で、危険な部分、無駄な部分など、指摘していただくと助かります。

(学習塾経営、神奈川県藤沢市、H.Y.様)



<中山より>

息子さんのご入学、おめでとうございます!

そして、事業の方は、テスト・マーケティングの第2弾の活動にお入りになられているわけですね。私自身も、非常に面白いコンセプトだと思っておりますので、いつも心から応援しております。でも、本当であれば、早い段階にてご返事申し上げたかったのですが、なかなかそうできずに恐縮です。

さて、今頃は、既に結果が出ている頃かもしれませんね。反応が多いか少ないかに関係無く、今の段階で大切なのは、できる限り、個別に話を聞くかということかと考えております。(手間はかかるものですが...)そして、「なぜ、この に興味を持ったのか?」を根掘り葉掘り聞くことが重要になります。そのプロセスで潜在ニーズを完璧に顕在化した上で、最も多い理由(声)を、そのままチラシのサブタイトルにすれば、チラシの反響率は大きく高まると考えられます。

また、展開の方は、私もH.Y.さん同様に、当面は「直営」が良いかと考えています。他店舗展開を進めるとしても、数店舗は直営で進めてみないと、オペレーションを確立させ、参入障壁を高めることが難しいと思われるからです。「 」というコンセプトが斬新なだけに、真似をされる競合他社もいるかもしれません。そうなる前に、なんとか参入障壁(それが何であるかは少し動いていくうちに見えてくることと存じます)を築いてしまう必要があるかと思えます。

そこまでができてしまえば、あとは他店舗展開も、マッチングも可能でしょうね! 急激に立ち上がることはないと思いますが、一步一步、着実に進まれますこと、心から願っております!!

アンケートにご協力くださった方々、どうも有り難うございました!

誌面の都合上、全てのご感想を掲載できておりませんこと、お許し頂ければと存じます。
もちろん、全てを拝見させて頂いておりますので、どうぞご安心ください!

今後も、より良質の情報をお届けするためにも、ぜひ、アンケートにご協力頂けますと幸いです!
ご回答くださった方々、本当にどうも有り難うございました!とても励みになりました!!