
先日、マツダミヒロさんの新刊出版講演会に行ってきました。『しつもんマーケティングあなたのファンが1000人にふえる5ステップ』（角川フォレスト）1260円です。この場合のファンの定義ですが、①お客様 ②未来のお客様 ③応援してくれる、支えてくれる仲間です。ファンがたくさんいれば、提供する商品やサービスが変わっても、それほど困りません。新たに起業する場合も成功する確率が高くなります。ところで、マツダさんは数多くの読者をもつメールマガジンの発行者ですが、始めた最初は読者は自分自身だけ。少しずつ増えて行き、ある時点から急速に増え出したそうです。この本は自分の実体験をまとめたものでもあります。講演は、いつもと同じで、簡単な説明 → 質問に答える → 隣りやグループの人と答えをシェアする → 解説 の形式で行われました。今回はそこで出された質問を載せておきます。

- ① ファンが1000人になったら何が手に入るだろう？
- ② 自分が提供できるゴリヤク（御利益）は何だろう？
- ③ 仕事を通じて最も喜ばせたい方は誰だろう？
- ④ その方がお金を払ってでも困っていることは何だろう？
- ⑤ 隣の人を喜ばせるために何が出来るだろう？
- ⑥ 理想の未来は何だろう？

①はワクワク感を高め、発想のメンタルブロックを外すために必要でしょう。②は自信のない人、あるいは仕事として当然なことをやっていると思っている人は、多く浮かばない場合があります。しかし、周りの人と良く比べてみると、当然と思っていたことが、じつは他の人が簡単に出来ないことに気づくようです。そうすると多く見つかるようになります。③は今一番関わりたいお客様（人物や会社）を1人決めます。④は最初は想像で構わない。しかし、後で必ず確認しておくこと。ここで②の提供できるゴリヤクと④の困っていることが一致していればファンになれる可能性は大きい。もしも自分が持っていなかったら、努力して手に入れるか（しかし、時間がかかる）、ゴリヤクを持つ人を見つけてきて紹介（仲介）する方法もあります。また、③の対象とするお客様を変えることも場合によっては必要かもしれません。⑤の隣人は自分の身近にいる人・仲間・組織のこと。⑥は発展させた先のイメージを描くこと。

実際の仕事では④を知ることが重要です。そのためには、お客様の情報を集め、コミュニケーションを積極的に取る必要があります。それには今流行のツールや媒体を使うのが有効とは限りません。ポスティングや訪問が良い場合もあります。飲食店や零細な製造業ではFAXによる情報提供はメールより役立つとの報告もあるそうです。お客様に中高年者多い時はフェイスブックなどのSNSは無理でしょう。