

中小企業の販路開拓はいかにあるべきか

SKコンサルティング事務所 代表社員 菅原 邦昭

第6回 顧客のニーズとは何かを考えるその2

先号で、顧客と取引するには、自社製品が顧客の持つニーズを満たしていることが不可欠であると述べました。今号では、「顧客のニーズとは何かを考えるその2」と題して、顧客のニーズを把握する方法について解説します。

■ニーズ把握に必要な情報の収集方法

顧客のニーズを把握する方法は、大きく以下の4つに区分されます。即ち、公開情報調査、観察調査、アンケート調査、ヒアリング調査の4つですが、ポイントはこれら調査の特性を良く理解して、上手く組み合わせて活用することです。公開情報調査とは、政府や専門調査機関、ホームページ等の一般公開情報を利用して、顧客企業が属する業界等の環境変化を俯瞰的な視点で把握することにより、新たなビジネスチャンスを推測する場合などに活用します。観察調査は、現場担当者の実際の作業状況、動線、設備の状況などを、例えばビデオ撮影するといった方法で情報収集し、その情報を分析することにより不都合な状況や困ったニーズを発見して改善提案する場合などに用いられます。アンケート調査では、複数の人に予め用意した質問を行うことにより情報を収集します。例えば、「弊社の〇〇製品の機能“A”について、満足もしくは不満足をお訪ねします。合わせて満足、不満足の原因について以下の中からお選びください」といった方法です。しかし、アンケート調査は、回答項目を予め用意し、それを選択させる方法のため、顧客の潜在的なニーズを把握することが難しいと言われています。

■顧客の本音を掴むヒアリング調査

顧客の本当のニーズを把握するには、客先に出向き顧客から直接聞き取るヒアリング調査が有効です。何故なら顧客は明確に自身のニーズを把握していない場合も多く、ヒアリングによって顧客の潜在的なニーズを引き出せる場合があるからです。このヒアリングに際して、「思い込みや先入観を排除するためにもヒアリングシートなどは作成せず、素直な気持ちで顧客の意見を全て聴くべき」とする識者もいますが、仮説を持たない戦略なきヒアリングでは、顧客のニーズは掴めません。ヒアリングシートを作成したうえで臨み、聞き手(営業担当)の「ヒアリング力」の高さとともに、顧客の本音を聴き出すための「信頼関係の構築」が必要です。

以下に、板金加工機械を販売する企業が、取引先の板金工場をヒアリングする場合の項目例を簡単に書きだしてみます。

- ・工場全体で改善したい工程は何ですか(設計、NCテープ作成、シャーリング、パンチング、ベンディング、プレス、タッピング、溶接、バリ取りの各工程)
- ・改善したい工程で具体的に何に困っていますか
- ・各工程ではどのような課題を解決したいですか(例えば、パンチング工程ならば、“加工スピードの向上”や“バリなし化”など)また、その理由は何ですか
- ・新たに取り組みたい加工があればお知らせください 等

顧客との取引確度を高めるには、顧客のニーズを踏まえた精度の高い提案が必要ですが、そのためにも、ヒアリングによる質の高い情報収集が不可欠です。

次号は、自社製品の価値について考えてみます。