

「第45回 国際福祉機器展 H.C.R.2018」オープンセミナー 「ここが違う！売れる福祉機器のマーケティング戦略のポイント」開催レポート

健康福祉サービス・機器を開発中の企業の皆様を対象に、第一部では福祉機器を対象とした「売れる」マーケティングについて、第二部では国際福祉機器展への出展企業様を対象としたブース出展のポイントについてのセミナーを開催いたしました。第一部、第二部ともに定員を超える皆様にご参加いただき、盛況のうちに終了することができました。また、参加された皆様からの満足度も高く、非常に充実したセミナーとなりました。

講師：MORE 経営コンサルティング株式会社

代表取締役 日野 眞明 氏

日時：平成30年8月2日（木）

【第一部】14時00分～15時30分

【第二部】15時30分～17時00分

会場：仙台フィンランド健康福祉センター事業創成国際館

カンファレンスルーム

（仙台市青葉区水の森 3-24-1）

受講者：【第一部】33名 【第二部】20名



【講演】（要旨）

（第一部）

- ・ ビジネス上、最も意識しなければならないことは「継続して製品（商品）を購入してくれるお客様がいるかどうか」である。
- ・ そもそも、製品（商品）が売れない理由は二つあり、①製品（商品）の品質自体が劣っている場合、そして②製品（商品）の情報がお客様に伝わっていない場合である。
- ・ 中小企業の場合は上記の②が理由で売れないことがほとんどである。そのため、製品を開発して満足してしまうのではなく、広く知ってもらうための販売促進費も確保しておく必要がある。
- ・ また、如何に買い手に分かりやすい価値・メリットを提案することができるか、そして得をしてもらうかが売れる製品（商品）のポイントとなる。
- ・ 今までのやり方ではうまくいかず、これからの中小企業経営には「逆」の発想が必要である。
- ・ 今後、環境の変化に対応できない企業は、企業規模を問わず淘汰されていく。

（第二部）

- ・ あくまで「接点」を作りに行く。一方的な押し売りやセールストークは、お客様が寄り付かない原因となる。
- ・ A4 両面一枚で製品（商品）を説明できるチラシがあればそれが良い。口頭で補足説明しなければ伝わらないということは情報が足りないということである。
- ・ 展示会後のフォローを疎かにしない。3日後、3週間後、3か月後を目途にフォローする。



【アンケート】（抜粋）

- ・ 「商品をいかに知らせるか工夫が必要だということがわかりました」
- ・ 「今までの考え方では無理だとわかりました」
- ・ 「押し売りしない姿勢が大事」
- ・ 「お客様が得することを意識しながら仕事に取り組みたいと思います」

