

なりきりマーケットター

第3回：未来を示す

9月は2020年の東京オリンピック開催決定に日本中が沸き立ちました。7年後を想像するとワクワクしますね。オリンピック招致には賛否両論ありましたが「東京にオリンピックが来る」という未来が、閉塞感の漂う日本に明るい希望をもたらしてくれるという意味では、良かったと思います。何より子ども達が夢を持てるというのは、素晴らしいことだと思います。

小学1年生になる息子の悠太郎には「おまえの夢は何だ?」と常に問いかけています。幼児の頃は「お・と・う・さ・ん」という何とも嬉しい返答でした(のろけ話ですみません)。最近では「僕の夢はプロ野球選手で、試合のない日はお父さんのお仕事の手伝い」と言っています。日本ハムの大谷選手もビックリの前代未聞の二刀流!この夢を持ち続けている限り、充実した日々を送ってくれるものと確信しています。

私が子育てで常に意識していることは、子どもに未来を示すこと。親が毎日イヤな顔をして仕事に行ったのでは、子どもは「仕事ってつまらないものだ」と思います。毎日「今日も疲れた～」と言って帰ってきては、子どもは「仕事って疲れるものだ」と思います。だから私は、仕事に行く際「お父さんお仕事楽しんでくるね!」と言って出かけています。「将来こんな人になりたい!」そういう未来の自分の姿を見せてあげれば、子どもは生き生きと成長していくと思います。

マーケティングの世界でも同じようなことが言えま



今井進太郎 Imai,Shintaro
グローバルマーケティング(株)代表取締役。1979年長岡市生まれ。県内企業の販売・営業活動の支援を行っている。「新潟マーケティング大学」を主宰。にいがた子育て応援団「トキっ子くらぶ」を展開中。

す。皆さんは、どのような時に商品やサービスを購入したいと思いますか?お客様に商品を買う気にさせるには「未来を示す」ことが重要だと言われます。この商品を買うとこんな未来が待っているということをお客様に販売や営業時に伝えることが大切です。例えば、英語教材の販売なら「英語が喋れるようになれますよ!」といったメリットだけでなく「お子様がバイリンガルになって、世界で活躍できる人物になれますよ!」といった未来の姿も提案すると、買う気が起こるのではないのでしょうか。

今日本に足りないのは、夢であり、希望であり、未来です。親として、社会人として、ビジネスパーソンとして、未来をイメージし、未来をイメージさせ、確かな一歩を進んでいければと思います。



プロ野球選手とビジネスマンの「二刀流」を目指す悠太郎