

# なりきりマーケッター

## 第5回：プレゼント選びの極意



聖夜に我が家に来るサンタとプレゼントの打合せ

子供達にとってワクワク続きの季節がやってきました。そう、クリスマスにお正月！イベント事が盛りだくさんですね。お子様やお孫様、お友達へのプレゼントでお悩みの方も多いのではないのでしょうか。今回はマーケティングの視点から、プレゼント選びの極意をお伝えしましょう。

### ①何に興味があるか？

「お客様は、あなたの会社にも、あなたの商品にも、あなた自身にも全く興味はない。興味があるのは、自分自身のことだけだ。」営業員・販売員が常に心に留めておきたい言葉です。販売の現場では、相手のニーズや悩みを把握しないまま、ついつい自分の売りたい物をお客様に押し付けてしまいます。



### 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。

あなたの興味・関心事ではなく、プレゼントを贈られる方が何に興味・関心があるのか？それをまず考えるのが、プレゼント選びの第一歩ですね。

### ②欲しがるものを買うな！？

「無理に売るな。客の好むものも売るな。客のためになるものを売れ。」松下電器産業（現パナソニック）を創業し一代で世界的な会社に育て、経営の神様とも呼ばれた松下幸之助さんが残した名言です。押し売りはもちろん、単にお客様が欲しがるものを提供してもダメ。真にお客様の役に立つものを提案してこそ、お客様の喜びと信頼が得られるというものです。

例えばこの言葉をお子様やお孫様へのプレゼント選びに置き換えて言うと、こんな感じになります。

「無理に買うな。子供の好むものも買うな。子供のためになるものを買え。」プレゼントを買う際に、「これ買って！」とせがむ子供や孫に流され、結局すぐ飽きたり、大して使えないプレゼントを買ってしまう場合が多くありますよね。大事なことは、「そのプレゼントは子供のためになるか？」をを考えて選ぶこと。買う前に、利用するシーンを想像してみたり、どのように役に立つのかを考えてみたりすることをおススメします。マーケッター流プレゼント選びで、この冬たくさんの笑顔が生まれますように！