

今後の印刷会社にはマーケティングが必須

お付き合い上、多くの印刷会社の経営に関わる機会があったが、ほとんどの印刷会社はマーケティングに取り組んでいない。いまだに営業依存の会社が多く、マーケティングという言葉自体をイメージでしか捉えていない経営者も少なくない。「マーケティング」という言葉の定義があいまいなものであることは否定しないが、とはいえ企業活動にマーケティングを取り入れないのは非常にもったいないと言わざるを得ない。今回は印刷会社がマーケティングを始める必要とそのポイントについてご紹介したい。

■マーケティングとは何か？

マーケティングに対しては多様な解釈があるが、個人的には「売り込まなくても売れるようにする働きかけ」であると思っている。営業担当者を抱えている印刷会社の場合、より噛み砕いて言うと、お客さんから仕事に関する相談を持ちかけられる、つまり「引き合いを取る」ということだ。それも営業担当者が動かずに。※ちなみに印刷通販やプリントショップを展開している会社はそもそも「営業」ではなく「販売」をしている。そのため、マーケティングは「引き合い」を取る手段ではなく、「受注」を取る手段となる。

一口に「マーケティング」と言っても手段は色々ある。ホームページを作ったり、DMを送ったり、展示会に出展したり、セミナーを開いたり、自社にショールームを作ったり。もちろん、営業担当者が動かずにとってもそれは引き合いが取れるまでのことで、取れた引き合いに対しては営業担当者がしっかりと対応する必要がある。

なぜマーケティングが必要なのか？それは「経営を効率化するため」だ。今までのように営業担当者がT e 1 アポをしたり、既存客に紹介依頼をしたりしているよりも、会社として引き合いを取って、取れた引き合いに対してクロージングをする方がはるかに効率的だ。ただでさえ生産性の下がっている印刷業界において、営業担当者が一日外に出回って飛び込み訪問などをしても生産性が低く、非効率なのは誰にでも分かるだろう。だからこそ、印刷会社はマーケティングに取り組むべきなのだ。ホームページでもうまく使えば月間に2, 30件の引き合いを取ることは可能だ。今の時代、営業担当者が新規で2, 30件も引き合いを取って来れるだろうか、そんなことができる営業担当者は数少ないだろう。しかし、引き合いが来た後のクロージングは比較的容易だ。営業担当者の力はそこに注力すべきなのである。

■マーケティングに力を入れている印刷会社はまだ少ない。

ところが、まだまだ印刷業界においてマーケティングに力を入れている会社は少ない。ホームページを持っている会社は増えてきたが、そのほとんどがオフィシャルサイト、つま