

第6回 マーケットセグメンテーションのポイント

市場が成熟化しマーケットパイの拡大が難しい。競争が一段と激しさを増し生き残りが難しい。企業の経営資源に限りがあり得意な分野・競争力ある分野に集中したい等々マーケットが多様化、高度化している中で生き残り、勝ち残るためいまやマーケットに対しセグメンテーション戦略を強化・制度アップすることが不可欠といえます。

マーケットセグメンテーションにあたっての7の着眼点

1. **マーケットの現状を改めて徹底分析しましょう。**外部の調査機関を活用する方法もありますが、自社で相当の部分はできます。またこの調査を通じて多くのヒントを得られる他、社員の意識改革のきっかけにもなります。
徹底したマーケット志向に経営の軸足をおかねば生き残れない時代なのです。
2. **大事なことはマーケットのニーズを知ることです。**ニーズは多様です。そのニーズに対して業界はどう対応し、どの部分が競争が激しく、どの部分が対応しきれていないか、とにかくマーケットニーズを徹底的に分析することです。
3. **その上で自社の経営資源を分析することです。**よく言われる強み、弱みの徹底把握です。これが意外とできていないのです。
4. **業界事情、特性、影響を与えそうな他業界の動向などを知ることです。**意外と知らないことが多いのです。見誤ったため苦戦を強いられ失敗したケースを多く見かけます。
5. **マーケットで圧倒的な強みを持たねばなりません。**口で言うは易しくというかもしれませんが、しかし生き残るにはなんとしても構築しなければなりません。
ポイントはマーケットの切り口です。顧客にとっての問題、ニーズ等を分析しそこに糸口、競争要因を見つけるのです。
6. **マーケット戦略は経営の総合力が求められます。**多くの失敗事例はこの点が弱いのです。商品・サービス、人材・組織、販促・後方支援、財務力、外部との連携等々全体の戦略構図が大事なのです。

7. **単独で難しければ他者と組むことも必要です。**多くの中小企業にとって資源は限られています。他社の強みを活用し、自社の強みを補強することです。

これまでお話したことは基本的なことで承知済みということかもしれませんが、しかし多くの企業ができていないのです。**戦略の組み立てが甘いケースが多いのです。いたずらに企業の破綻を速めているのです。**

また、もしご質問・お問い合わせ等があれば遠慮なくご連絡ください(相談無料)。