

## 企業をとりまく環境の変化と営業スタイル

<b>1. 地理的要因の変化</b> 場所によってビジネス環境は変わります。同じ場所でも、場合によっては地理的要因が変化します	<b>地理的要因をうまく活用する</b> 自然環境、交通、人やモノの動き、季節による変化を把握し、その要因をうまく活用する営業活動を
<b>2. 消費者の価値観の変化</b> 消費者の価値観は目先のニュース・情報や流行を追いかけて変化します。でも、本質は変わりません	<b>消費者の価値観をリードする</b> 消費者の価値観に敏感に反応し、対応するとともに、消費者を惹きつけ、その価値観をリードしていく
<b>3. 法規制の変化</b> 法規制は変化します。儲かる事業ほど規制が入りやすく、だんだん利益が出なくなっていく	<b>長期視野で法規制に最善の対応を</b> 法規制の動向にアンテナを張り、最善の対応をするとともに将来の規制に先手を打つ
<b>4. ライバル企業の変化</b> ライバル企業の変化に気づかず、お客様の目線で差をつけられると、いつしか「負け組企業」に	<b>常に他社と「差」をつける戦略を</b> 他社の動向を研究し、常に他社と「差」をつけてお客様に選ばれ続ける戦略を採用する
<b>5. 経営者自身の変化</b> 経営者自身、年を取ります。知らず知らずのうちに考えが偏り、間違った経営判断してしまうかも	<b>若い経営者から学ぶつもりで交流する</b> 若い経営者から積極的に学ぶつもりで交流する。同時に、経営陣の若返りを図っていく
<b>6. 従業員と組織の変化</b> 従業員ひとりひとりの経験や考え方、不満、人間関係は日々変化し、組織の業績に大きく影響します	<b>手厚いケアとチームワーク重視人事</b> 従業員との密接な情報交換、ケア、勇気づけとともに、チームワークを重視した人事施策を
<b>7. 仕入れ先の変化</b> 仕入れ先の経営状況の変化、値上げ要求、トラブルなどで自社の事業が悪影響を受けやすくなります	<b>仕入れ先への競争と育成</b> 仕入れ先には競争意識を持たせるとともに、信頼できるパートナーとなるよう育成していく
<b>8. 株主の変化</b> 株主の考えが変わる、あるいは株主自身が変わると経営に大きな影響を受けることもあります	<b>長期株主と「本質的」な信頼関係を</b> 株主が会社に長く投資したくなるよう、IRでは長期株主を重視し「本質的」な信頼関係構築を目指す

記事ページ：<https://jp.tamatsulab.com/topics/2022dec.html>

※変化に気づくこと。変化にあわてないで冷静に観察し適切に対応すること

※すぐに正解が得られるわけではない。テストと検証を繰り返して改善を繰り返すこと



株式会社タマツラボ

〒468-0035

名古屋市天白区境根町149