



毎度お世話になっております。株式会社シロクマです。うだるような暑さが当たり前だった大阪市の夏ですが、今年は21年ぶりに8月の猛暑日がゼロという記録を残しました。日照時間も平年の約7割ということで、色々なところに影響が出ています。季節の変わり目、体調管理に気を配りながら、爽やかな秋を迎えたいものです。

今月のホット情報

貴社名入りカタログ予約受付中

新総合カタログ10月に発刊！

皆様、お待たせしました！白熊印、WB印の建築金物、家具金物、住機部品、手すり関連製品を幅広く網羅した「白熊印 総合カタログNo.37」が、10月にいよいよ発刊されます。

総ページ数は約460ページで、現行のNo.36Cより100ページ以上、ボリュームアップ！新製品も豊富に掲載され、従来以上に見やすく、選びやすい内容に進化しています。

もちろん、シロクマオリジナルのタイムドメインライセンス製品のスピーカーや、光造形によるモデリングサービスの紹介もしています。

ただ今、より一層ビジネスにご活用いただける各社様のご社名入りカタログの予約も受け付けております。

どうぞお気軽に弊社営業担当者までお問い合わせください。

オススメ書籍紹介

『SPEAKER BOOK(スピーカーブック)2014』 音楽出版社刊

最新スピーカーや定番スピーカーの中から注目・話題の製品95ブランド377モデルを厳選して紹介した音楽ファンのためのガイド誌。

大半がカラーページで、解説コメントやスペックの紹介が丁寧でわかりやすく、“保存版”として手元に長く置いておける価値ある一冊です。

165ページには、オーディオ評論家の大塚康一氏による当社スピーカー「midTower」と「SuperPod」の紹介記事が掲載されており、「広い音場の心地よいサウンドで、設置場所を選ばず楽しめる」と評価されています。

巻末の「タイプ別、価格別に探せるスピーカー261機種全ガイド」にも「midTower」が登場しています。B5判、224ページ。



セミナーレポート

情報伝達力を磨き、商品の絶対的価値を伝えよ



「良い原材料を使い、正しい製造方法で作ったものは良い商品ではあるが、必ずしも売れる商品とは言えない」と話すのは高田英男氏。元イズミヤの食品部門のカリスマバイヤーと呼ばれ、現在は独立して企業のマーケティング指導などを行う高田氏の講演から、普遍的な要素を探ってみました。

「食品なら味が良いのは大前提。つまり、その商品が持つ本来の特性が優れているのは当たり前。価格、包装、形態、ネーミング、量目、持ちやすさなどすべて含んだものが商品の価値である」と高田氏。ここで言う価格とは単に安いということではなく、あくまでも値頃感を意味し、昨今はそれ以上に価値が重視される時代だと説きます。

商談時に商品の価値を伝えるために一番大事なのは情報伝達力であり、感覚ではなく言葉で正しく伝えること、相手の脳に「これは便利そう」とか「これは〇〇そう」と思わせることが重要だということです。

そのためには、なぜその商品を開発したかということをエンドユーザーの視点と、販売者の視点のそれぞれで明確にすること、ベンチマーク商品(基準となる商品)の優れたところ・改善点・顧客の不満などを明確にすることがポイントになります。

そして、「相手の行動や心理を理解した商談を進めれば、満足・納得・感動という絶対的価値を認めてもらいやすい」とも。