

Jay Abraham 卓越の戦略⑥

マーケティングの天才 ジェイの智慧

中小企業のためのジョイント・ベンチャー

ジェイが提唱するマーケティング理論によって、世界中の企業が停滞を突破し、収益向上を実現してきました。彼は、470業種にわたる1万社以上のクライアントに対し、コンサルティングを提供してきた実績があり、計測できているだけでも70億ドルもの売上向上をもたらしたといわれています。

計算すると、1社平均で70万ドル（約5千万～6千万円）の売上アップを30年以上にわたって成し遂げてきたのですから、凄まじい実績です。

彼のこの成果のうち、実に70%を生み出したといわれているのが、今回紹介するジョイント・ベンチャー（以下、JV）です。JVというと、いわゆる大企業同士の事業提携といったイメージを思い浮かべる方も多いかもしれませんが、そうではありません。このJVこそ、中小零細企業が、収益を一気に伸ばす非常に効果的な手法なのです。

もし、あなたがこのJVを活用して、一気に収益を伸ばそうと思ったら、「2つの立場」を知る必要があります。

ラーニングエッジ 代表取締役社長 CEO 清水 康一郎

1998年慶応義塾大学卒業。人材業界のベンチャー企業、米国会計系コンサルティング会社を経て、2004年に独立創業。精神的にも経済的にも豊かな日本を共に作り上げたい、日本人の本来持つ能力をより高めて行きたい、という想いを持って、業界最大のポータルサイト「セミナーズ」(www.seminars.jp)を立ち上げ、教育の流通に努めている。



ひとつは「ホスト」、もうひとつは「ベネフィシャリー（受益者）」です。ホストは、顧客リストや販売網を持つ企業で、ベネフィシャリーは、商品やサービスを持つ会社です。例えば、アマゾンで書籍を購入すると、皆さまの手元に送られてくる箱の中に、チラシが入っていますが、この事例では、アマゾンの立場がホストで、チラシを入れている会社がベネフィシャリーということになります。アマゾンにとっては、チラシを入れて広告料や販売手数料が入ってくれば、ただ何も同梱せずに箱を発送す

るよりは収益を増やすことが可能となりますし、ベネフィシャリーにとっても、今までアプローチできなかった見込み顧客と接点を持つことで、売上向上が可能となります。

この応用範囲は非常に広く、クリエイティブに考えてみると、コストをかけずに思ってもみなかったような提携の形や売上不振の突破口が見つかるはずです。そういったJVの具体的な事例を来週はお届けしたいと思います。