パーソナルトレーナー進化論

~令和に求められるトレーナーの能力~

るものであり、

高い価値を持つも

に自社のサービスが他社とは異な

設計し、

全体として一貫性を持た

を

せることです。

る方は、

ブランド力を如何に高め

オやマイクロジムを経営されてい うこと」になりますので、スタジ のであるということを認識して貰

ていくかが重要ですよね。

ブランド戦略を考えよう

戦略が

「ブランド戦略」となります。

このブランド力を高めるための

タマーが、

他では無く自らの商品

ブランド戦略とは、「ロイヤルカス

小林俊夫 Toshio Kobayashi

imok株式会社 代表取締役 パフォーマンストレーナー。4店舗のスタジオを経営及び国産のピラティスリフォーマーの製造販売。全国でト レーナーの専門力やビジネスカ、思考力向上の為の講 師としても活躍。



大手企業などが続々とフィットネ

今年は東京オリンピックを控え、

こんにちは

ょうか?「ブランド」というもの ランディング」について、今回は ビスを選んで頂くために重要な「ブ ビスや施設ではなく、 ス産業に参入する中で、 ンドの語源は「Burned」で を語源から紐解いていくと、ブラ ージする方が多いのではないでし ブランドの語源と2つの役割 お話をしていきます。 「高級感」や「安心感」などをイメ 「ブランド」という言葉を聞くと 自らのサー 他のサー る上で大切なことは、そもそもお ば お客様がその様に捉えていなけ ゃ のか?」ですので、自分達が「高級」 切な事は、「お客様が自社の商品や サービスについてどう思っている

そのため、ブランドとは、「お客様 1つは「価値の認識」になります。 を見分ける「識別」であり、もう からくる様に、 つの役割があり、1つはその語源 区別するために押された「焼き印」 あり、 から生まれています。 そして、ブランドには大きくク 自分の家畜と他者の家畜を 物事の種類や性質 という「顧客体験」や「施策」 お客様にその様な価値ある商品や 定すること。次に、どうやったら サービスを選んで貰えるのか?と どの様に思われたら、他の商品や 客様にどの様に思われたいのか? サービスだと思って貰えるのか? いう、「伝えたい価値」を初めに決 サービスでは無く、自社の商品や

ランド戦略を考え、 で頂く事が出来ますので、ぜひブ 保つ必要がありますので、 量×体験の一貫性」によって決ま はありません。 も高く、一朝一夕で出来るもので 高まるほど、 ブランド力は、「体験価値×体験 常に全体を最適化し一貫性を 一定の量が必要であると同時 多くのお客様に選ん でもブランド力が 実行していき 難易度

を選択するであろうという差別化 (強み)を決定し、 最適なメッセ 最 そ

とで、顧客から選ばれる存在とな 適な手段を通して、 うした印象を顧客が持つ様に、 された価値 ること」です。 体験や施策に一貫性を持たせるこ ージを伝えると共に、全ての顧客 また、ブランド戦略において大

マーケティング思考を養う 顧客創造のヒントでは.27

Profile 伊藤友紀

そのため、ブランド戦略を考え

意味は無い訳ですね。

「高品質」などと考えていても、

(株)フィットネスビズ代表取締役社長。プロサッカー 選手を目指すも挫折、フィットネス業界ではトレー ーやマネージャーを経験し、開業集客などを多数担当。 現在はクラブ運営と収益改善のコンサルティングを実 施。得意分野はマーケティングとマネジメント。



皆さま、こんにちは。いつもながら事例を 交えつつ、顧客創造につながるキーワードを 取りあげます。今月のキーワードは「品質保 証と透明性 です。

今回の事例はマンションの管理会社などが 連携して行っているマンションの品質を適正 に評価する指標作りです。具体的にはマンシ ョン管理会社でつくるマンション管理業協会 が「マンション管理適正評価研究会」という 研究会を立ち上げ、管理に関する情報を中古 マンションの価値に反映させるための評価指 標等を作っています。現在の商習慣では中古 マンションの管理状況については、購入者が 契約を締結する直前に知るのが多いというこ とで、前述した点を見える化することで資産 価値や売買価格がクリアになっていき、市場 の健全化・活性化につなげていこうとの意向 です。中古市場で、かつ売買単価が高いとな れば、品質は対する第三者的な評価や保証

ば、まさにこれが当てはまります。以前には 況等に対して認証を与える必要があります。 オートバックスセブンが中古車のCtoC市場の プラットフォームへ乗り出した旨の報道もあ りましたが、構図は同じです。中古マンショ ンの売買と同様に中古車の場合も、その取引 における査定や整備、それによる保証という ものが不可欠な領域です。なぜなら自動車の 場合、ユーザーは運転免許を取得して車を運 転してはいるものの、エンジンをはじめとし た自動車の細かな仕組みまでをユーザーが理 解しているわけではなく、細かな機能や損耗 状況はブラックボックス化された部分がある からです。それゆえサイトに登録されている 中古車を目にしても外形的な画像を見るだけ では、どのような状態にあるのか、その善し 悪しを知る術がありません。同時に中古車販 売でトラブルになりがちなのが、購入したけ 与します。そしてトレーナーの提供価値は どすぐに壊れて使えないといったことでしょ う。そういったものを避けるためには信頼で「形性の一面もあるので、それを補完する意

-- この点は中古マンションにしても、中古車 にしても同様ですから、こうした動きにな っていくのは妥当だと思います。現在では CtoCもプラットフォームがたくさんでき て、市場が活性化をしてきた状況にありま す。今後もそうした流れが続いていくとす れば、中古マンション、中古車に限らず安 心して取引ができるような品質の保証、透 明性を担保しながら売り手と買い手を橋渡 しする役割が必要になってくるのは確かで

フィットネス業界ではクラブがパーソナ ルトレーナーにとってのプラットフォーム を担っているから前述した観点での橋渡し はユーザーにとっての安心と顧客創造に寄 購入前にそれを手に取ることができない無 は不可欠で、中古のマンション市場でいえ きる第三者が確認をして、その品質や整備状 味でも一考の余地はあると思います。