

# TOP1% SPECIAL



世界最先端のマーケティング手法を使って、90日で業績アップを目指す実践経営者のための、現場で即活用できる情報を手に入れることができます。



<http://www.top1special.com/>

## 6回目のニュースレター月商5千5百万円？

住宅リフォーム販促情報局 マーケティング・コンサルタント 椎名規夫

こんにちは。

住宅リフォーム販促情報局が始動し、もうすぐ1年に成ろうとしています。

その間に、数々の驚く出来事、出会いがありました。

- ・たった一人で年商2億8千万円。利益率がイチローの打率並という高知の社長さん。
- ・15万部のチラシで月商1億2千万円を受注した神奈川の会員さん。
- ・集客で困っていたのに、8ヶ月後にはリフォーム業者の前で講演するようになった会員さん。
- ・食事する暇も無くなったと、嬉しい悲鳴を上げている1級建築士の方。

情報局の全ての会員さんが、このような大ホームランを打てたわけではありません。

でも、実践を続けてきた会員さん達は、間違いなく明るい結果に近づいています。

そんな、会員さんと一喜一憂してきた数々の思い出の中から、最近、一番驚いたお話をします。

それは、ニュースレターを出し始めて6回目で、月商5千5百万円に結びつけた会員さんのお話です。

その方との物語の始まりは、8ヶ月前に遡ります。

当時の電話での会話を詳しくは思い出せないのですが、ニュースレターの話をしたことだけは覚えています。

会員さん「椎名さん、良い情報ない？」

私 「ニュースレターはどうですか？」

会員さん「ニュースレターか！今まで、それはやったこと無いんだよな。やってみるか・・・」

こんな感じだったと思います。

そして、8ヶ月が過ぎた10月の初旬、いきなり電話が掛かってきたのです。

「いやあー、苦しいと思っていた8月。ニュースレターを出したOB客から5,500万円も売り上げが上がりました」と会員さん。

私は

「うわあ、すげー。そのニュースレター送って下さいよ。会員さん向けの事例に提供してください」とお願いしたのでした。

「おい、ホントかよ。ニュースレターが月商5,500万円に結びつくのか？」

あなたが、そう感じるのも仕方がないことです。

それについては、論より証拠。会員さんより提供していただいた社内の極秘資料をご覧ください。

今年8月、OB客からの売上げが5千5百万円を超え、全体の売上げの56.5%を占めている。

チラシ反響からの売上げより、OB客の売上げの粗利平均単価、売上平均単価は高い水準。

媒体	件数構成比率	粗利構成比率	件数	粗利	売上	粗利率	粗利平均単価	売上平均単価
チラシ反響	28.2%	13.6%	29.0	4,372,105	12,208,121	35.8%	150,762	420,970
OB	48.5%	56.5%	50.0	18,119,558	55,668,173	32.5%	362,391	1,113,363
来店	7.8%	7.4%	8.0	2,384,547	6,815,729	35.0%	298,068	851,966
紹介	5.8%	4.1%	6.0	1,312,710	4,706,416	27.9%	218,785	784,403
相談会(フリー)	5.8%	13.1%	6.0	4,219,214	12,335,959	34.2%	703,202	2,055,993
HP	3.9%	5.2%	4.0	1,678,938	4,994,674	33.6%	419,735	1,248,669
GOODリフォーム			0.0					
現場廻り			0.0					
ポスティング			0.0					
タウンページ			0.0					
現場見学会			0.0					
キャンセル			3.0	-1,820,095	-5,345,239	34.1%	-606,698	-1,781,746
差替え			2.0	1,148,918	3,463,287	33.2%	574,459	1,731,644
合計			98.0	31,415,895	94,847,120	33.1%	320,570	967,828

会員さんから頂いた月間の受注速報という資料です。

「売上OB」の欄をご覧ください。「55,668,173」という数字がありますよね。

羨ましい結果ですね。このような思いを何度、この住宅リフォーム販促情報局というプライベートクラブの会員さんとお話ししながら感じたことか。何度、職を替えしようと思ったことか・・・(笑)  
(事務員は将来リフォーム屋を経営しようと本気で考えている・・・)

ところで、受注速報という資料をもう少し見てみましょう。媒体別の粗利構成比を比較してみてください。すると、チラシによる反響の比率が13.6%であることが分かりますよね。そして、OB客からの粗利構成比は、56.5%に達しています。また、OB客はチラシの反響による一見のお客様より、粗利平均単価・売上平均単価が格段に高いことが分かります。この結果を見れば、OB客の重要性をヒシヒシと感じますよね。

紹介されたお客様の欄を見ても、同じ傾向を見る事が出来ます。こちらも粗利平均単価・売上平均単価がチラシ反響客より、圧倒的に高い水準にあります。

紹介もOB客を中心に発生してくるはずですね。本当にスゴイですねOBは・・・

ところで、その肝心なニュースレターですが、9月号を資料として添付しました。ダントツの結果に結びついて

いる会社のニュースレターを見て、最近、思うことがあります。

私が気づいた、最近の元気な会社のニュースレターに共通するポイントなのです。

- ・社内で作ったという暖かさが伝わること
- ・お客様の声の載せ方
- ・豆知識の載せ方
- ・スタッフの使い方
- ・社長のキャラクターの出し方

今回、年商10億を超える会社のニュースレターを紹介した理由も、その辺りにあるのです。会社に合わせたニュースレターを作ることの重要性、会社のカラーが相手に伝わるニュースレターを作る事の大切さをあなたに伝えたかったのです。

もしかすると、この暖かさが感じられるニュースレターでなければ、たった6回のニュースレターで5,500万円という売り上げには、結びつかなかったかも知れません。

それにしても、この5,500万円という結果は素晴らしい。自分自身、顧客名簿の整理とそのOB客への継続的なアプローチの重要性を、改めて噛みしめました。

何度も、何度も、申し上げます。くれぐれも、OB客は大切にしてくださいね。

(マーケティング・コンサルタント 椎名規夫)

「目からウロコ」のダントツ企業情報リソース

## TOP1%SPECIALからお知らせ

門外不出!誰もが地域でダントツの住宅リフォーム会社になれる方法をすべて公開!

### 住宅リフォーム販促情報局

<https://www.top1special.com/product/shiina/project-r.html>

資料請求は今すぐこちらをクリック!



# ワッパ通信

第7号

2004年9月

みなさんこんにちは！ミスターこと■■■■代表■■■■です。本日9月4日は41回目の私の誕生日です。(みなさまのお手元に届くのは、9/20すぎでしょうか？)

誕生日を迎えるたびに嫌な感じがあった数年間がありました。今年は、晴れ晴れとしています。ある先輩に言われました。「誕生という日を祝えない人が多い。祝福されて生まれてきていないと認識している。それはまちがい。あなたが生まれてきて良かった。そして、あなたに出会えて本当に良かった。」また、泣いてしまいました。(涙腺決壊)

「■■■■に出会えて良かった。」と言われる存在になれますよう日々精進いたします。これからもご指導ご鞭撻よろしくお願いいたします。

今月は、■■■■銀行隣りの大岩ビル 4F 千■■■■店の愉快的な仲間たちをご紹介します。



- 左 ノリピーこと三好紀枝！いつも元気でまわりに笑いを振りまいている■■■■店の布袋さま！フリーダイヤルに出たら声かけてください。■■■■店のSS(セールスサポート)です。
- 左2番目 サティこと新井智史！ヤング☆グリーン23歳。年齢よりはいつも上に見られてます。■■■■市、■■■■区のOBのお客様よろしくお願いいたします。
- 右から2番目 バロンこと柴野こまき！太鼓の音とみこしを見ればいつのまにかかっついてる。みこし大好き、おちゃめなねずみ年！お腹が減ったらご飯をごちそうしてくれるおうちが10件以上はあるというわさ。あまり〇〇を与えないで下さい！
- 右 ワッチこと伊藤亘！いつもクールなワッチだが、心の中は情熱的な男。■■■■店の店長！OBリピート率N01！

住宅リフォーム販促情報局の会員専用、公開している情報の一部です。  
会員でない住宅リフォーム業の方が、そのまま真似される事を固く禁じます。

**【執筆者プロフィール】**

執筆者名： 椎名規夫（しいなのりお）  
株式会社 株式会社エムディー 代表取締役

**【略歴】**

1961年生まれ。茨城県に生まれる。 中央大学法学部通信教育科学生。  
1993年 7月 広告会社、株式会社エムディーを設立。代表。  
2003年 10月 住宅リフォーム業者向けコンサルティング会社  
住宅リフォーム販促情報局。  
有限会社トータル・プロダクトを佐藤昌弘氏とともに設立。

**【業務内容 及び サポートメニュー】**

マーケティングに関するコンサルティング

**【資格】**

米国NLP協会認定NLPマスタープラクティショナー

**【プロフィール】**

「旧顧客獲得実践会」神田昌典氏主宰のアソシエイト制度に選ばれ神田メソッドを修得。自身のアイデアをカスタマイズして活躍するマーケティング・コンサルタント。

6年間上場企業のソフトウェア開発を（都市銀行VAN、銀行系ATM開発等）支援する。その後、ソフトウェア技術者の育成のため専門学校講師、大学等でのパソコン関係の臨時講師を勤める。

平成3年、広告・印刷業界のデジタル革命の波に乗じて、8年間のソフトウェア技術者としての経験を生かし、茨城県北相馬郡藤代町にて広告会社の経営に踏み出す。会社設立後、カラーのミニコミ紙の発行を手がけ、わずか2年で地域ナンバー1の発行部数（124,600部）を誇るミニコミ紙会社となる。

また、多くの広告を中心とした集客ツールでの成功・失敗の体験からマーケティング・コンサルタントとなり、顧客獲得に関するノウハウのアドバイスをするようになる。

平成14年7月、フォトリージングセミナーで神田昌典氏と運命的な出会いをし、何事にも真剣に対応する姿勢に心を打たれる。その後、旧顧客獲得実践会アソシエイトに応募し選ばれ、多くの出会いと師事したコンサルタントの影響を受け、心理学、ヒプノセラピーを研究。

顧客心理をくすぐる集客ツールを使った業績アップの指導を得意とする。

平成16年、TOP1コンサルタント佐藤昌弘氏と共に、住宅リフォーム業者向けに特化した情報サービスするコンサルタント会社を設立。

週末には、不登校の学生や心の病を持つ方の相談を受ける、カウンセラーとしても活躍。

日本催眠学会会員、日本催眠臨床学会会員

追記 1999年度 社団法人常総青年会議所理事長。

**【連絡先】**

マーケティング情報センター 株式会社エムディー URL : <http://www.mdinc.jp/>  
TEL:0297-85-8455 FAX:0297-85-8448 E-mail:info@mdinc.jp

住宅リフォーム販促情報局 有限会社トータル・プロダクト URL : <http://www.totalproducts.jp/>  
TEL:0297-70-4100 FAX:0297-70-4010 E-mail:info@totalproducts.jp