

# 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/>

## 思いこみ度、検証テスト。

マーケティング・コンサルタント椎名規夫

「優勝した馬と2着の馬の差が鼻差であったとしても賞金は何倍も違う…」

ブライアン・トレシー

人間の能力差がほんの僅かであることは、色々な成功法則本に書いてありますね。

それでは、その僅かな能力差が大きな収入の差となるのか？もちろん、そんなことはありませんよね。競馬だって馬の能力以外に、騎手や調教師の能力、そして当日の馬の体調も関係していることでしょう。それでは、人間の収入の差は、どこにあるのでしょうか。能力に僅かな違いしかないのなら、上手くいく人と上手くいかない人はどこで分かれるのでしょうか。人間同志の勝負にも、競馬のように騎手や調教師の存在が必要なのでしょうか？

『「騎手」、「調教師」の役目をコンサルタントに見立てて自分を売り込むつもり？』

違う！違う！安心してください。

不思議ですよね。同じノウハウをセミナーや本で学び、同じ時期にスタートする。でも、結果的に大きな収入の差がつくのです。もちろんやり方の違い、優れたアドバイザーがいるという理由もあるでしょう。しかし、上手くいかないのは、隠れたある理由のせいだと思うのです。

こんにちは、マーケティング・コンサルタントの椎名規夫です。

新しい情報発信サービスとして住宅リフォーム販促情報局（以下、情報局と略）が誕生して約1年6ヶ月。おかげさまで、情報局の会員さんは155社を超え、全国各地で大活躍しています。ところが正直にお話しすると、全ての会員さんが上手くいっているわけではありません。

同じマニュアル、同じ電話相談、同じ条件でコンサルティングをしても、上手くいく会員さんがいれば上手くいかない会員さんもいます。その現象は、住宅リフォーム以外の業種のクライアントでも同じです。そして、長い間、広告制作の現場に携わってきた経験上でも、上手くいくクライアントと上手くいかないクライアントがいるのです。決して差別して接しているわけではないのに…

さて、その原因とは？

それは、誰にでもある「思い込み」というものです。同じ条件でノウハウを学んでも、「思い込み」が邪魔をして素直に実践できない。それが、大きな結果の違いになってしまいます。逆に言うと、その「思い込み」を捨てることで儲けることが出来るのです。

「そんな事を言ったって、経験、体験を生かしてはるんだよ…」

「これまでの経験は無駄なの…」

そうです。

体験に基づく知恵は大切です。

でも、「体験に基づく知恵」と「思い込み」は全く違うのです。

「思い込み」は、チャレンジする気力さえ奪っているのです。思い込みが邪魔をして、自分で行動を起こさないのです。だから、上手くいくことも無ければ、失敗して学ぶこともしません。思い当たりませんか？

実は私もその一人だったのです。そして最近、改めて多くのクライアントを通して、素直でいることの大切さを学んだのです。

### 【思い込みを捨てて素直な気持ちで挑戦！】

これまで、素直な気持ちで挑戦してきましたか？もしかすると様々な「思い込み」を捨てきれずに、素直になれなかつた自分がいませんでしたか？「思い込み」があなたの成功を邪魔していませんか？

そこで、あなたも勇気をだして「思い込み」という固定概念を一度どこかに置いてみませんか？無垢な子どものような気持ちで、チャレンジしてみませんか？

「思い込み」がそんなに邪魔なの？

それでは、あなたの思い込み度度の検証テストを検証してみましょう。

資料の媒体別売上げ構成比をご覧下さい。この資料は、年商10億円を超える住宅リフォーム会社さんから提供していただいたものです。注目していただきたいのは、左から3列目の粗利構成比率の項目です。1番上の行、チラシ反響による粗利構成比率に注目してください。「17.3%」であることが分かります。これを見てあなたは何かを感じませんか？

### 「チラシ反響による粗利構成比率は、全体のわずか17.3%」

そしてOB客の粗利構成比率が20.3%及び紹介の粗利構成比率が9.1%。

なんと、OB客のリピート、そして紹介を合わせると粗利構成比率が29.4%になるのです。チラシ反響の2倍近くの粗利が、OB客から得られるのです。

OB客へのフォローにより得られた粗利が、新規客から得られた粗利より多いのです。新規客を集めることは、もちろん重要です。そして、それ以上にOB客へのフォローが重要であることを、あなたは知っていましたか？

これまでに、OB客へのフォローを真剣に実行していましたか？

もし、これらの事実があなたの「思い込み」と違っているなら、今のやり方を変えてみませんか？もう一度、素直な気持ちでチャレンジしてみませんか。

(マーケティング・コンサルタント椎名規夫)

## 資料

| 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     | 31.0%  | 17.3%  | 35.0  | 6,675,530  | 19,131,481  | 34.9% | 190,729 | 546,614   |
| OB        | 28.3%  | 20.3%  | 32.0  | 7,811,459  | 22,856,755  | 34.2% | 244,108 | 714,274   |
| 来店        | 12.4%  | 35.2%  | 14.0  | 13,539,456 | 42,161,331  | 32.1% | 967,104 | 3,011,524 |
| 紹介        | 8.0%   | 9.1%   | 9.0   | 3,493,263  | 10,639,544  | 32.8% | 388,140 | 1,182,172 |
| 相談会(フリー)  | 5.3%   | 4.9%   | 6.0   | 1,884,680  | 5,421,794   | 34.8% | 314,113 | 903,632   |
| HP        | 7.1%   | 9.1%   | 8.0   | 3,510,049  | 9,705,541   | 36.2% | 438,756 | 1,213,193 |
| GOODリフォーム |        |        | 0.0   |            |             |       |         |           |
| 現場廻り      | 3.5%   | 4.1%   | 4.0   | 1,562,312  | 4,322,982   | 36.1% | 390,578 | 1,080,746 |
| ポスティング    | 4.4%   | 0.0%   | 5.0   | 12,282     | 45,295      | 27.1% | 2,456   | 9,059     |
| タウンページ    |        |        | 0.0   |            |             |       |         |           |
| 現場見学会     |        |        | 0.0   |            |             |       |         |           |
| キャンセル     |        |        | 4.0   | -171,922   | -522,858    | 32.9% | -42,981 | -130,715  |
| 差替え       |        |        | 0.0   |            |             |       |         |           |
| 合計        |        |        | 109.0 | 38,317,109 | 113,761,865 | 33.7% | 351,533 | 1,043,687 |

## 【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。  
 1993年 7月 広告会社、株式会社エムディーを設立。代表。  
 1999年 社団法人取手青年会議所（現常総青年会議所）第二十四代理事長。  
 2003年10月 佐藤昌弘氏と住宅リフォーム業者向けコンサルティング会社を設立  
 住宅リフォーム販促情報局 代表

## 【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トレーナー  
 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】

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（都市銀行VAN、銀行系ATM開発等）を支援する。  
 その後、ソフトウェア技術者の大量育成のため専門学校講師、大学等でパソコン関係の臨時講師を勤める。1991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、茨城県取手市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。

その後、今までの体験を活かせるマーケティング・コンサルタントの道を歩む決心をする。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。

クライアントは、注文住宅会社・住宅リフォーム会社・不動産会社・保険・税理士・一级建築士  
 整形外科医・通信販売業者・進学塾・パソコン教室・整体・寝具・広告・クリーニング  
 エステサロン・石材美容室・ライター・飲食業・コンサルタント・セラピストまで幅広い。

現在、電話相談を中心としたクライアントは既に150社を超える、業績アップに直結できるアドバイスが出来る実践マーケッターとして活躍中。

また、時間がある時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。

## 【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