

目からウロコのダントツ企業情報ソース

(発行 2002.10.31 第5号)

TOP1% SPECIAL

第5号その1



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>

「うわっ、ついに来たか！・・・」～ライバルへの対処法～

マーケティング・トルネード 佐藤昌弘

あなたも経験があることと思います。

ある日、地元のミニコミ紙を読んでいて、「うわっ、ついに来たか！」と思った経験……。そうです。あなたの商圈に、同じ実践会員の広告が出ているのを見かけた時です。同じように、同業者から実践会っぽいファックスが届いたりしても、こう感じるかも知れません。

確かに、良き仲間でありライバルである実践会メンバーが増えるのは良いことです。でも、そうは言っても、やっぱり、同業者があなたの商圈で、実践会バリバリの広告を出しているのを見た時は、誰でも心配になることでしょう。私も同じ気持ちでした。

そして、あなたが後発だとすると、

「同じような小冊子広告を見かけたお客は、どんな気持ちにするんだろう……」

「同じような広告を出して、変な風に思われないだろうか……」

こう思うのは、あなただけではありません。

そこで、今回は、とっておきの成功事例をご紹介します。

それは、注文建築をしている羽田建設の羽田さん。これはもう、逸品です。

ライバル会社と似たような広告で戦わなければならなくなった時に、どんな発想をすれば良いのか？

その発想や考え方は、どんな業界にも同じように参考になります。

この、「うわっ、ついに来たか！」は、特に、建築業界に多い。もう、全国的にエルハウスの平先生コピーだらけです。

「家はまだ建てるな！」と大声で叫ぶチラシが全国で配られてる。

まっ、それはそれで構いません。平先生のノウハウは本物です。平先生のクライアントさんは、そのノウハウに対価を払って利用されています。良い部分を取り入れるのは、どんどんやるべき。

でも、頭に汗をかかないモノマネは止めるべきです。なぜ平先生のチラシが反応が高いのか、という深い部分の洞察なしにして表面上だけパクっても、いずれ自滅するだけです。

しかも、モノマネが2つも3つも、同じ曜日の同じ新聞に広告掲載されていたらどうですか？

お客の立場から見たら、何か変ですよ。

「なーんか変。みんなローコスト住宅研究会だし、みんな事務局って書いてあるし……」

平先生と私は、とても仲良しなので、裏事情を聞いた事があります。平先生は、「そうなんだよねえ。みんな事務局って書きたがるんだよ。変だからやめろって言ってるんだけどねえ。」と困惑されていました。

頭に汗をかかないで、なぜ反響が良いのかを考えないと、このパクリ人生から脱出できないんです。

羽田さんも、同じように頭を抱えました。

広告を出そうとした媒体に、既に他の実践会員が広告を出していたからです。【資料 - 1】

そして、試行錯誤の末に、この広告が産まれたわけです。【資料 - 2】

この羽田さんの広告は、ご覧の通り、資料請求の受付方法として、24時間録音テープ案内を使っています。総資料請求数のうち、だいたい25～40%が、夜間や休日に電話をしてくる事がわかっています。ですから、24時間対応になっていない分、資料請求数は減っている事でしょう。それでも、この広告、60件ほどの資料請求がありました。

この広告が、多くの資料請求者(見込み客)を獲得できたのには、いろんなノウハウがあります。その一例を挙げましょう。広告の中で一番大きな文字はタイトル。では、次に大きな文字は？ そう、電話番号です。

お客の視点から見て、広告を読もうと思うのはなぜか？ そう、タイトルが気になるからです。では、次に興味がわくのは？ そうです。資料請求方法です。だから、その通りに文字の大きさもなっている。こんな細かい点も、よく広告を研究してみると、いろんな勉強になります。

しかし、今回は、もっとも強調したい点があります。

そもそもライバルは、「ローコスト住宅研究会」です。であれば、ローコスト住宅の存在自体に疑問を投げかけたわけです。

「ローコスト住宅研究会」が広告を出している、すぐ横で、「坪単価の落とし穴！」とやられるわけですから、たまったものではありません。

このように、ライバル会社の中で、勝ち抜こうと思ったら、「コインの表と裏」の存在を思い出して下さい。ローコスト住宅には、「ローコストというコインの裏側に光を当てると？」と考える。

ライバル会社が、創業200年の老舗なら、創業200年の老舗である事が不利になるのは？
ライバル会社が、ブランドなら、ブランドを持っているが故に不利になる時は？
「ブランドは買った値段がすぐばれる。でも、良品質ノンブランドを値打ちに買った人は・・・」
あなたの会社が、創業したての会社であれば、フレッシュな会社であることが役立つときは？ 資格を持っていなければ、資格を持っていないからこそ出来る非常識は？

そうです。あなたのウィークポイントも、コインの裏側を見れば、良いところが必ずあります。ライバル会社のアピールポイントも、コインの裏側を見れば、弱いところもあるのです。何事も、あなたの発想次第です。私の電話相談でもよく言うのですが、あなたの良い点にはもっと光を。悪い点もコインを裏返して光を当ててのです。いままで、コインの表側しか見られなくて、大きなチャンスを見逃している人が本当に多いのです。あなたは、自分の良い点に、まだまだ気づいていないのかも知れません。

左目と右目の間には、何がありますか？ 眉間ですね。そうです。とても重要なものは、意外と見えにくいところにあるものなのです。だから難しそうに感じるだけです。

今すぐ、コインを裏返してみてください。考える時間は少し必要ですが、すぐ足元に、あなたしか持っていない、とても大切なものが必ず見つかります。

(佐藤 昌弘)

ちょっと待って！
坪40万円以下の住宅を契約する前に
 ご調いただきたいことがあります。

坪40万円以下の住宅。魅力的な価格ですが、耐久性、安全性、健康への配慮に疑問のある住宅は少なくありません。そこで、「ロコスト住宅研究会」の一級建築士平秀信氏が、坪40万円以下の住宅を契約する前のチェックポイントをガイドブックにまとめました。

裏話を交えながら、経済的で住みやすく納得のいく家づくりのポイントが書かれており、正しい知識が身につく内容となっております。

後悔しないために、もう家づくりに無駄なお金を使うことをやめませんか？

▶ガイドブック無料進呈 先着30名様
 ロコスト住宅読本 佳孝・カサセルス
 これで安心！
 マスが明かされた
 秘密を公開した
 成功する家づくりの
 チェックポイント

一級建築士 平秀信 著

この冊子には、
 100以上の現場写真、
 100以上の事例、
 100以上のノウハウが
 満載です。

この冊子、このガイドブックを
 全書30名様に無料進呈いたします。

▶申し込み方法
 今すぐお電話・FAX・Eメールで「無料ガイドブック送れ」とご連絡下さい。

「ロコスト住宅研究会」支部
 有限会社 [redacted] ホーム
 岐阜県 [redacted]
 TEL 05-[redacted]-[redacted]
 FAX 05-[redacted]-[redacted]
 E-mail [redacted]@[redacted].ne.jp

【1 - 森鷗】

【2 - 森鷗】

坪単価が20万円台の住宅へ見参しにくく前に
新築の坪単価の落とし穴

住宅コンサルタントで、一級建築士の羽田博人氏(岐阜市在住)は、今回日本の住宅の価格が分りにくいと言った購入者の声を聞いて「大手メーカーが絶対明かしたくない坪単価7つの秘密」のガイドブックを執筆いたしました。

一般に大手メーカーが手掛ける一戸建て注文住宅の価格は、坪当たり五十万円以上というのが一般的。これに対してロコスト住宅と呼ばれるものの中心価格は、おおむね二十万円台からです。しかしこの坪単価の裏側のカラクリを知らない為に、しなくてもよい損をしている人が本当に多いのです。平均六百万円の建築費に差がでています。そこで広告の坪単価でなく本家の坪単価の見方を分りやすく解説し、住宅業界に十年以上携わってきたからこそ可能になった内容のガイドブックを執筆しました。このガイドブックの一部を紹介すると

一、ロコスト住宅の価格の秘密
 二、大手メーカーの本家の価格は
 三、展示場での坪単価の正しい見方・・・等

このガイドブックは、一般の書店では売っておりません。
 今回このガイドブックを先着限定二十冊、無料で進呈いたします。手作りの為、一日一冊しかできませんので三十冊限定とさせていただきます。後から後悔しない家づくりの第一歩にとお考えの読者の皆様にお送りいたします。

お申し込みは簡単、
 今すぐお電話FAX・Eメールで。

無料ガイドブックを携帯からでもOK
 FAX 0581-[redacted]-01201
 Eメール [redacted]@[redacted].ne.jp

受付 あさ十時～よる七時まで 日休み
 FAX・Eメールは二十四時間受付
 追伸：営業中がおりませんのでガイドブックは郵送とさせていただきます。

「満足住宅研究会」事務局本部
 一級建築士 羽田博人 羽田建設株式会社
 二級建築事務所 [redacted] 岐阜

A5 54頁
 絶対明かしたくない
 坪単価7つの秘密」著
 一級建築士 羽田博人

■この記事の関連教材情報はこちら

凡人が、最強の営業マンに変わるセミナービデオ

<https://www.top1special.com/product/tornado/detail-salesvideo.html>

■お客様の声

住宅業（茨城県） 国分様からのご感想 NEW

6日間で1800万円ゲット！

「凡人を最強営業マンに変える・・・」を実践しました。

私は凡人どころか凡人以下、偏差値50以下、そんな私でも佐藤先生の営業ステップを学び実践したらお願いすることなく1800万円の契約をわずか6日でゲットできました。

あまり佐藤先生の情報が世に出て欲しくないのが本音です。

（その他、各種レポートへのご感想も頂きました。ありがとうございます。）

注文建築工務店（静岡県）社長 匿名希望 様からのご感想

凡人が最強のセールスマンに変わりました！9月26日の「凡人を最強のセールスマンに変えるセミナー」ではご指導を頂きありがとうございました。一生忘れられないこととなりました。セミナーで習ったとおりにやって、翌々日に1件、その翌日に1件、計2件の仕事を受注しました。合計5000万円です。本当にありがとうございました。

流通業（新潟県） 匿名希望 様からのご感想

セールストークひとつですが、本当に感激してしまいました。しゃべり方ひとつでまったく異なる結果が出ることも可能だと思えました。貴重な時間ありがとうございました。

会計事務所（大阪府） 匿名希望 様からのご感想

今まで営業の核心にせまれず、無駄な会話に終わっていました。このセミナーで、理由が明確になりました。さっそく実践したいと思います。

（福岡市） 匿名希望 様からのご感想

コピーライティングセミナーでは、良いチラシのアイデアを見つける方法を教えてもらえました。ありがとうございます。

住宅リフォーム会社（大阪府）社長 匿名希望 様からのご感想

佐藤先生の実践的なお話が、大変参考になりました。マネしたいと思いました。

警告！

このレポートに収録されている文章および内容については、ダウンロードした方がご自身で読み、ご自身のために役立つ用途に限定して無料配布しています。

このレポートを、販売、オークション、その他の目的で利用するには、著作権者の許諾が必要になります。

このレポートに含まれている内容を、その一部でも著作権者の許諾なしに、複製、改変、配布を行うことおよびインターネット上で提供する等により、一般へ送ることは法律によって固く禁止されています。