

「お客が増える!」No.13以降は【音声CD】+【読む・見るCD】です。

「事例本文」「用語解説」「写真」を掲載したレポートをPDFファイルにまとめました。動画とあわせて【読む・見るCD】と名づけました。事例本文を朗読したものが【音声CD】です。右脳、左脳どちらでも学べます。

No.	タイトルと社名	こんな内容
No.13 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	ブームに踊らされない 軽装備で勝ち残った 黒糖加工食品会社の商品戦略 株式会社黒糖本舗垣乃花	黒糖本舗垣乃花の垣花兼一社長は、父親から会社を受け継いで十数年、従業員とのみぞをうめることができず、自分は経営に向いていないのではないだろうか…と悩みます。ところが偶然、沖縄で初の「経営を学ぶ学校」の存在を知ります。学校でわかったことは、ただひたすら汗を流して働くことだけが社長の仕事ではないということでした。同業他社が年々、売上利益を落とすなか、学んだことを行動にうつすにつれて同社の業績は上り調子。沖縄で1位の会社となりました。たとえ時間はかかっても、信じた道を歩き続けることが成功への近道であることを教えてください。
No.14 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	会ってくれたことにハガキで 感謝とお礼。 一切売り込まないから 売れる姿こそ営業の原点 面談率8割、成約率4割の 生損保営業マン HPプランナー代表 長井謙三氏	医療機器、ダスキンを経て福岡県で保険の営業をしている長井謙三さん。長井さんは信用してもらえらるまで売り込みません。信用してもらえらるようになって売り込まない。お客のほうから「話を聞きたい」と言ってくれても売り込まない。することはただひとつ。一人ひとりのお客に対して感謝とお礼のメッセージハガキを出し続けるのです。営業で大切なことは、どのようにお客を増やし、増やしたお客を維持できるか、その一点にあります。売り込まない。その一点に絞って営業してきた長井さんのスタイルこそ、お客が増えるもっとも正しい方法なのです。
No.15 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	小学校区6400世帯に競合4店。 原則を忠実に実行し5年間で売上2倍、 上得意客数3倍のケーキ屋差別化戦略 ふらんす菓子屋エミリー 〈有限会社エミリー〉	2代目店主、小野善秀さんの仕事は当初、近所に8台あるタバコ自動販売機への補充でした。転機を迎えたのは平成16年。一本のテープを聞きはじめたことが、その後の小野さんとエミリーの運命を変えました。「低単価の商売は客数で決まる」。そう確信してからは売上ではなくお客の数を増やすことが目的となりました。それまで厳しい修業に耐えて培ってきた腕をふるうことなく、不完全燃焼の数年を送っていました。しかし、経営の8大要因を着実に勉強し、行動にうつしたことで競合4店がひしめく6400世帯のエリア内で占有率1位を占めることができたのです。来店型、集客型ビジネスのたしかな手本となることは間違いありません。
No.16 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	お客に忘れられない対応こそ 最大の営業対策。 魚会席料理でV字回復を果たした 2代目社長の挑戦 味の集会場 魚信(うおのぶ)	継ぐことなど考えてもいなかった西田耕一社長ですが、26歳のとき、父親のケガをきっかけに実家に戻ります。しかし、思うことは「この店は時代遅れ、商売のやり方がいかにも中小、借金が減らない、給料がもらえない…。しかも数字は落ちていくばかり。そこに追い打ちをかけるような父親の死。2代目となった西田社長は経営にめざめます。着眼大局、着手小局。1億3000万円台から1億円台にまで下がった売上を1億7000万円台にまで伸ばし、年間4万人前半だった来店客数を約6万人にまで増大。商品対策、営業地域、客層、固定客化の進め方、従業員教育のあり方が学べるレポートです。
No.17 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	失敗が許されない55歳創業。 あえて小さな市場を狙う 開発型北陸ニッチトップ企業 サンコー企画株式会社	営業畑を歩き続け、会社もまかせられ、あと数年がまんすればサラリーマン人生を終えることができる……。しかし谷龍男社長はお客の声を聞き流すわけにはいきませんでした。多くの人が守りにはいる55歳になってからの一大決心。会社を設立し、胸の内にわく思いはひとつだけ。「もう後戻りはできない。絶対に失敗は許されない」。困っている小さな会社の力になる。売り込むことはやめよう。身の丈を自覚し、大きくならないように着実に…。道路の舗装面に標示するシートに特化して小さな戦いを繰り返してきた結果、市場占有率70%を超えるニッチトップ企業に成長。サンコー企画はまさに弱者の戦略を踏襲した1位企業です。
No.18 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	成熟業界でも勝ち目はある。 お客の声から世の中になく製品をつくり 戦わずして勝つ機能性段ボール製造会社 ジャパンパック株式会社	サラリーマンとして三十数年間、段ボールに携わってきた長田宏泰社長が独立を決意したのは、段ボールの市場性に着目したからです。世の中に存在しないものを作りたい。おもしろいと思える仕事をしたい。54歳で創業した長田社長が頼れるものはお客の声と「必ず開発できる!」という信念。夫婦ふたりで包装資材を販売するところからはじめたジャパンパックは、創業後10年で3億円の企業に成長しました。成熟した段ボール業界で差別化を進めるための商品戦略、競争相手だらけの物流分野において見込客と出会うための営業戦略は小さな会社ならではの戦い方にあふれています。

No.	タイトルと社名	こんな内容
No.19 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	商品は、家ではなく 「家に対する思い」。 7400世帯の町で占有率1位、 毎期、受注棟数を伸ばし続ける工務店 株式会社森住建	大工の家に生まれた森社長は、東京での夢が破れて帰郷。失意のどん底にいた森社長を奮い立たせたのは家族でした。「守りたい家族がある」「この家族の笑顔を見たい」。その思いは、家づくりという形を通して実現しました。自分と同じように、大切な家族を守りたいと願う人々の住まいをつくるには、下請けでは不可能。自分でやるしかないとして39歳で独立。人口2万4000人の町では最後発。しかし、2002年の設立以来、注文住宅の実績を伸ばし、地元占有率は1位。リフォーム工事もお客の数が増え続けています。
No.20 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	売り物は「他社がやらない対応」 逆境の中古車業界で伸び続ける 無在庫販売店の経営戦略 有限会社オートネットワーク	うさんくさい、こわい……。中古車販売店にマイナスイメージを抱く方が多いのではないのでしょうか。“大手は安心、中小は不安”と思われる世界に29歳の若さで飛び込んだ河合孝治社長。お金も店も車も販売ルートも持たずに創業しましたが、毎年確実に販売台数、すなわちお客の数を増やしてきました。強い相手のまねをせず、自社の強みを活かせば、多数の同業他社とは違う土俵に上がることができます。不毛な戦いをせず、お客を増やすことができます。それを教えてくれる事例です。
No.21 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	近江商人の商売に原点回帰。 一位集中の原則によりお客を増やす ガソリンスタンドのご用聞き営業 油藤商事株式会社 (あぶらとう)	他のスタンドがまねできることなのに、まねされない経営の要点は次の5つ。 ①まちのエコロジーステーションとして、給油以外の来店動機をつくっている。 ②バイオディーゼルの販売することで企業イメージを高めたい大手による燃料購買を促進している。 ③工事現場など来店がむずかしい大型重機向けに営業を重ね、リピート需要をつくりだしている。 ④閉鎖したスタンドの周囲を戸別訪問して新規の灯油配達客を開拓している。 ⑤廃油を集める際の苦勞からバイオディーゼル精製の詳細まで、尋ねてくるすべての人に明らかにしている。
No.22 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	売り物はマメさとスピード。 販売先の営業支援で 占有率6割の測量用材専門会社 株式会社カクマル	敷地の境界標、山の頂上で見られる三角点、歩道や道路に見られる、丸や四角の基準点というプレート……。2代目、曾根田馨(そねだかおる)社長は、少ない人数で販路を広げ、最大の利益を上げるために代理店開拓を推進。手間がかかる作業を笑顔で受けて、お客の期待以上のスピードで納品してきました。社長が直接アプローチして関係性を築く営業力、そして社長みずからが担当することで差別化をはかる従業員教育。カクマルの事例は、「会社は社長しだい」であることを再認識させてくれます。
No.23 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	客数、利益を倍増させる 小さな運送会社の大きな強み 株式会社益生小型運送 (ますお)	多くの業界に見られる大手優位の構造は、運送業界においてもやはり同じ。ピラミッド階層の下に行くほど利益はありません。ところが、従業員30人未満の小さな会社、益生小型運送は直接取引のお客をどんどん増やし、売上も利益も驚くほどの伸びを示しています。理由は明白。営業に注力する事業と客層を絞ったからです。同業他社がやらない営業を繰り返し、大手が苦手とする対応に徹したからです。経常利益率、自己資本比率、1人当たり純利益の高さは「経営は戦略しだい」であることを教えてくれます。
No.24 ※CD2枚組 (PDF版と音声版) ¥10,000 (税別)	「商品・地域・客層」の三つ揃えが お客の流出を防ぐ。 岐阜県多治見で 占有率1位の鍼灸サロン 健友有限会社 (ケンユー)	独立後、早い段階で鍼灸治療院を軌道に乗せた木村社長は、耳つぼダイエット店を5店、床屋にエステ、北に南にマツサージ店を出店し、健康食品のネットワークビジネスと怒濤の展開。しかし結末は……。 「さまざまな失敗を繰り返しました。でも、そのおかげでビジネスの良い点と悪い点を見抜く能力が身についたと思います」。お客はどこにいて、どこへ足を運んでくれるのか、お客は何に対して、ありがたい言葉とお金を払ってくれるかがわかりました。

※自社と違う業界・業種の事例が「お客の増やし方」を教えてください。

お申込みは別紙「お客が増える!事例CD申込書」にご記入の上、FAXにてお願いします。
お客が増える★プロダクションのホームページからもお申込みいただけます(お客が増える と検索してください)