

『お客様を3週間でザクザク集める方法』

高田靖久

※原稿段階ですので、実際の書籍とは多少異なる場合がございます。

こんな事って、信じられる？

ライバル企業がよろこんで
お客様を紹介してくれる？

いつもの1・25倍頑張るだけで、
売上が2倍になる？

お客様が
他店へ浮気しなくなる？

「暇な時期」に売上を上げる
効果的な方法が存在する？

答えは、全て「YES」。

はじめに

「がんばってるのに儲からない」

それは、頑張り方を間違っているから。

例えば、あなたが天ぷらを揚げるとしてみよう。

具材に衣を付け、熱々に沸騰したお湯で、天ぷらを揚げ始める。

しかし、なかなか上手く揚がらない。温度が低いのか？ さらに熱する。10分、20分、30分。お湯が煮沸き立ち、グラガラ音を立てているが、この天ぷらは、いっこうに揚がる気配すらない。

当然だ。

いくら長時間揚げ続けても、「お湯」で天ぷらが揚がるはずがない。

そもそもが揚げ方を間違っている。揚げても、揚げても、揚げ続けても、揚げ方を間違っている。100%天ぷらは揚がらない。どんなに優秀な料理人が、何十時間と具材を揚げ続けても、である。

商売でも、これと同じ事が言える。

「がんばっても、がんばっても、がんばっても」、そもそもが「がんばり方」を間違っていたら、売上は上がらない。

例えば、あなたは次のような考えを持ち、頑張っていないだろうか？

- ①ライバル企業は、お客様を紹介してくれない。
- ②「売上を2倍」にするためには、今までの2倍頑張らなければならない。
- ③お客様が浮気する理由はお客様次第であり、その対策は打つ手がない。
- ④「暇な時期」の売上げを上げるためには、暇な時期に対策を打たねばならない。

いかがだろうか？

あなたが、先ほどのような考えで頑張っているのであれば、残念ながら頑張り方を間違っている。

先ほどの考えは全てが逆である。

- ①ライバル企業が、喜んでお客様を紹介してくれる方法がある。
- ②「売上を2倍」にするためには、今までより1.25倍だけ頑張れば良い。
- ③お客様が浮気する理由は解っていて、その対策方法が存在する。
- ④「暇な時期」に売上をあげる対策は無駄であり、より効果的な方法が存在する。

・・・驚いた？

しかし、このような考えは、あまり語られていない。

例えば「ライバル企業が、喜んでお客様を紹介してくれる方法」ひとつとっても、どんな本にも載っていない。

私は、コンピュータ屋である。

飲食店や美容院に、顧客管理ソフトを長年販売してきた。

自慢ではないが、過去に800店舗以上の販売実績を持ちあわせている。

そのなかで、効果の高い顧客管理のノウハウを身につけてきた。

これを「店舗経営 売れる仕組み構築プログラム」として体系化することに成功した。

私が提唱する【売れる仕組み構築プログラム】には4つのステップがある。

▼第1ステップは、新規客を【集める】手法

▼第2ステップは、客を【固定客にする】手法

▼第3ステップは、客を【成長させる】手法

▼第4ステップは、客を【維持する】手法

以上、4つのステップについては、私の過去3冊の書籍で紹介してきた。

ただ、私が経験してきた集客手法の中には、どうしても「4つのステップ」の枠内に収まりきれない手法が存在する。それは4つのステップに関係がない訳ではない。むしろその逆で、全てに関連することだからこそ、各々のステップでは収まりきれない話だったりする。

どちらかというと、世の中では、まだあまり知られていない「集客の基本と裏ワザ」。4つのステップの各論に入る前に知っておいていただくと、より一層効果が高まる。あるいは、今実行している4つのステップに磨きがかかる、売れる仕組み構築プログラムの「第0ステップ」と言っても過言ではない。

しかも内容はてんこもり。先ほどの「ライバル企業が、喜んでお客様を紹介してくれる方法」などの例は、この書籍で紹介する話のほんの一部。

この本では、繁盛店の経営者や、有名コンサルタントがひた隠しにしてきた、正しい「頑張り方」を解き明かす。

▼第1章では、「なぜ、今までの考えでは儲からなかったのか？」その理由を解説する。驚く無かれ、じつは売上2倍は難しくない。少し発想を変えるだけで、売上2倍は実現可能となる。驚きの新発想をご紹介しよう。

▼第2章では、「成功する集客の絶対法則」を解き明かす。多くの企業が経費をドブに捨てている。しかし、ザクザク集客するためには「方程式」が存在する。その「驚きの方程式」を説明しよう。

▼第3章では、「なぜ、お客様が増えないのか？」その「決定的な理由」と「簡単な解決策を明示する。過去の書籍では紹介できなかった「新たな2つの客層」も登場する。

▼第4章がこの書籍の肝のひとつとなる。「暇な時期の売上を上げる方法」「ライバル会社からお客様を奪う方法」など、「非常識な「ウラ技」集客法」を紹介する。あなたが初めて耳にするような、逆転の販促手法が満載だ。

▼第5章が本書のもうひとつの肝である。「お客様を「トリコ」にして離さない」そんな画期的方法を紹介する。自身の経験から導き出した「1枚の紙だけで「行列」をつくるスゴイ方法」を公開する。

▼第6章では、「あなたが打てる手は山ほどある」ことを証明しよう。「32の集客法」と「成功経営者の心構え」について語らせていただく。そしていよいよ、あなたへの「最後の課題」が提出される。

とはいうものの、この書籍を読むだけでは現状は変わらない。

なぜなら、多くの読者は書籍を読むだけで満足してしまい、実際には行動しないからだ。過去の著作でも繰り返し伝えているが「行動しなければ現状は変わらない」のである。

そこで本書は、ある工夫を凝らした。

「7日間で泳げるようになる本」。泳げなかった私は小学生の時にこの手の本を読んだことがある。本を開くと1日目は「顔を水につける」という簡単な練習から始まる。2日目は「プールを歩いてみる」、3日目は「10秒間水に潜ってみる」みたいな感じでトレーニングが進んでいく。与えられる課題はとても簡単な物ばかり。ひとつひとつを着実にクリアしながら進んでいくので、次の課題も取り組みやすくなる。結果、本の通りに行動していけば、7日後には泳げるようになっていく。

それまでは7メートルしか泳げなかった私だが、その本を読み確実に行動した結果、なんとか25mを泳げるようになった。つまり私の水泳は、一冊の本のおかげで3倍以上に上達したのだ。

そう。本書の狙いもまさに同じ。

「集客アップ」という目的を21日（＝3週間）で区切り、毎日1つずつ簡単な課題を発表する。あなたは、その課題を確実に行動さえすれば良い。しかも、課題は決して難しくない。多くの課題が5分もあれば行動できる簡単なものばかりである。

着実にクリアさえしていけば、結果として3週間後には、本書の画期的集客法を容易に習得できている。本書はそのように作り込まれているのである。

さあ、ペンを持って。

「3週間でザクザク集客する方法」を身につけるために！。

高田 靖久

目次

第1章・

売上2倍は難しくない!? 驚愕の「4つの理由」

【1日目】売上を2倍にする魔法

■売上を2倍にする簡単な方法

【2日目】売上を上げる3つの要素を知る

■売上2倍⇨お客様を2倍・・・ではない

■商売は、かけ算

【3日目】売上を2倍にする新発想

■少しづつ頑張れば売上2倍

■考え方を変えれば、売上2倍は決して難しくない

【4日目】手っ取り早く「上手い売り方」を知る方法

■集客が最も上手い業界とは?

■商売繁盛の2つのコツ

■集客ノウハウの英知が詰まったツールを手に入れる

第2章・

経費をドブに捨てずザクザク集客する「驚きの方程式」

【5日目】1人の新規集客に使えるコストを把握する

■顧客獲得コスト

【6日目】お客様1人が一生涯で生み出す利益

■顧客生涯価値

■あなたの会社の平均的なお客様

【7日目】 商売で「利回り」を得る方法

■ 年間で平均的なお客様

■ ●●に投資して▲▲で利回りを得る

第3章・

お客様が増えない「決定的な理由」と「簡単な解決策」

【8日目】 お客様を分類する

■ 現在の会社を支えているー『既存客』

■ 昔はお客様だった方々ー『過去客』

■ まだ見ぬこれからのお客様ー『見込み客』

【9日目】 お客様を増やす3つの方法

■ 意外と気づかれていないお客様の増やし方

■ ①新規客を増やす

■ ②過去客を呼び戻す

■ ③既存客を減らさない

■ あなたが2回以上利用したお店は？

【10日目】 売上ダウンを食い止める方法

■ 常連客にかける費用50円がもったいない？

■ 常連客1人は新規客何人分の重みがある？

【11日目】 あなたの会社は知られていない

■ 歴史が古い。知名度もある。・・・それでも、あなたの会社は知られていない

【12日目】 いざという時にこそ、

お客様に選ばれる方法

■ 思い出せない会社は選ばれない

■お客様は、いつ買いたくなるのか？

第4章・

非常識な「裏ワザ」集客法

【13日目】ニーズとウオントの法則

■販促において一番も重要なこと

■欲しいから買っているのか？ 必要だから買っているのか？

【14日目】集客の絶好のタイミングは？

■なぜ、繁盛期は忙しいのか？

■なぜ閑散期は暇なのか？

【15日目】暇な時期の売上を上げる方法

■安くなっても、欲しいだけでは買えない

■暇な時期の売上をあげる意外なコツ

【16日目】ニーズを活用し集客を加速する

■一定の規則を持って繰り返し発生するニーズを利用する

■簡単に集まる『ニーズ』を逆利用する

【17日目】よそのお客様を「奪う」方法

■「誰にでも必ずある」ニーズを活用する

■誕生日データを一瞬で2倍にする方法

■他人のデータベースを利用する

【18日目】ライバル会社とお客様を「共有」する

■黒川温泉が日本一の温泉地になった理由

■同業者同士で、お客様を紹介し合う新発想

第5章・

1枚の紙だけで「行列」をつくるスゴイ方法

【19日目】客を飽きさせずに

継続して利用いただく方法

- アイドル浅香唯に熱狂した理由
- 侍戦隊シンケンジャーを毎週欠かさず見てしまう理由
- 客をえこひいきする仕組み

【20日目】次回につながる「期待感」を

お客様に与え続ける方法

- 「この店は良かったわね」で終わらせてはならない
- デイズニールランドはなぜリピーターが多いのか
- お客様が離れていく理由
- 如何に次回の告知をするのか

第6章・

―あなたが打てる手は山ほどある―

「32の集客法」と「成功経営者の心構え」

【21日目】32の集客方法

- あなたが打てる手は山ほどある
- 過去最高の業績をたたき出した企業が、やり続けていること

【最終日】最後の課題

謝辞
参考文献