

**集客で悩むことがなくなりました・・・。
当初、
5万円だった見込み客獲得コストが1万円に
チラシは、
内容を変えずに反応を取り続けています。**



株式会社あんじゅホーム 深見宗久様(兵庫県神戸市)

当時、悩みだったチラシ。
自分で勉強するだけでは足りないと感じて受けたコンサルティングでチラシの効果が5倍に上がった。マーケティングについて、コンサルティングを受けた目的は達成されたと言う株式会社あんじゅホームの深見氏に話を聞いた。

椎名先生のコンサルティングを受けるきっかけは何だったのですか？

その当時、チラシが悩みだったんですよ。
色々自分で勉強もしてたんですけど、やっぱり自分だけの目になっちゃうし、やっぱり限界がある。周りに聞く人もいませんでした。
「間違いなく勉強だけでは足らん」という感じがありましたね。
だから、コンサルタントの人も、誰に頼もうか色々と考えていました。

そんな時に、別のコンサルタントの方が配っていた資料に応募した時に、椎名さんが発行されているニュースレターを購読し始めたのです。
そこから椎名さんのホームページを見て、初めて椎名さんを知りましたね。
住宅リフォーム販促情報局のホームページも見て、椎名さんが広告に強いというのが分かって、無料相談に応募した。
これがきっかけですね。

なるほど。無料相談では何をご相談されたんですか？

当時は広告で悩んでいたんで、広告の相談をしましたね。
無料相談をしてみて、良ければ色々聞いてみたいことがありましたけど、最初は、「どんな人かな？」という感じでしたね。
そうしたら、情報も持っていらっしゃるし、言葉の使い方とかも参考になった。
それでコンサルティングを頼むことにしたんです。

どんな内容のコンサルティングだったのでしょうか？

広告についての話でしたが、実際、椎名先生のコンサルティングを受け始めてから、チラシの反響が上りました。

費用対効果で言いますと、一番最初に椎名先生に相談し始めた頃に5万円くらいだったCPI(問い合わせ1件にかかる獲得コスト)が、今では1万円まで下がっています。

もともとは1件の問い合わせを獲得するために10万円くらいのコストがかかっていたんです。これを、自分で色々勉強して行って、5万円くらいにはなっていたんですけど、やっぱり自分の目で見ているだけだと限界がある。

それで椎名先生に相談することになったわけですが、やっぱり言葉の使い方とかは、参考になりましたね。

あとはいわゆる情報を持っていらっしゃること。

例えばですけども、ローコスト住宅の場合は、「坪当たり34万円以下じゃないと反応がなかなか取れない」とか、そういう具体的な数字とかも参考になりました。

そのあたりの情報とか言葉の使い方、言い回し。

その辺でアドバイスをもらえたことがよかったですね。

実際に、CPIが5万円から1万円に下がったというのも大きいですし、そのチラシは、今も変えてないんですけど、反響が取れ続けていますから。

最初の目的というか、「広告どうしようかな？」というところでは、ひと段落した感じですね。

では、最初の目的は達成された？

そうですね。

実際、今は、マーケティングというよりも、マネジメントのほうに悩みが移っていますから。椎名先生への質問も、「面接の時にどうやって採用不採用を選んでいるんですか？」とか、「求人募集のいい広告ないですか？」というようなマネジメントの方向の質問になっていますね。

マネジメントは

マーケティングで結果が出たので、悩みのレベルというかステージが上って来ているという感じはします。

最初の目的が達成されて、次のステージに進まれているということですか？

はい。マーケティングの部分では結果が出ていますから。

悩みのレベルが上って良かったなと思っています。

よくここまで悩みのレベルが上がってきたなと(笑)

なるほど。今日は貴重なお話をありがとうございました。

(お客様の声取材： 一條仁志)