

「それに気づかされた時は、すごい衝撃でした！」
先月は学習塾では異例のDMで10%の反応を獲得。
0.3%だったDMの反応が、今では5倍の1.5%に！



アブラック実践スクール 野寺 誠様(茨城県筑西市)

DMでの集客を強化したいと思いながらチラシ以外の集客をしていなかった学習塾。
“カンタンまーけ塾”で小手先のツールばかり見ていたことに気付いて、戦略を考えるようになってから、DMの反応率が平均0.3%から1.5%に上がっていった。
DMや商品の品質、そしてスタッフとの関係について、それぞれ悩みどころを教えてもらったというアブラック実践スクールの野寺氏に話を聞いた。

椎名さんの“カンタンまーけ塾”に参加されたということですが、何か課題があったのですか？

はい。私は学習塾を経営していますが、当時はチラシ以外の集客はしていませんでした。

チラシをポスティングしていたのですが、学習塾の場合はチラシよりも、例えば中学生なら中学生のいるご家庭に囲い込みがしていけるようなDMの方が、効率は遥かにいい。
なので、DMでの集客を強化したいというのは、ずっと思っていましたね。

実は、以前に1回、DMで失敗した経験がありまして。
神田昌典さんの“PASONA”を誤解して失敗した(苦笑)
感情を炙り立てるっていう部分を、「お客さんを脅す」的な表現で理解して作ったDMを出したんですが、受け取り拒絶だとか、「こんなDM、もう送らないでください！」っていうような声をいただいた経験がありました。

そのDMを出す前に、自分なりに書いたDMを出していたときはそういうクレームは無かったので、「その時の状態に戻せないかなあ〜」とずっと悩んでいましたね。

DMIについて学ぶために、椎名さんのセミナーに行ってみようかと…？

そうですね。もともとは知人の紹介だったのですが、椎名先生のホームページを見て、「カンタン

まーけ塾”というのをやってる」と分かったんですよ。

実際に“カンタンまーけ塾”に行く前に、椎名先生が発行していたニュースレターを取って見ていたので、何となく品質は分かっていたし、やっぱりホームページ上のDMもものすごく良く書かれていたので「何かを教えてもらえるだろうな」という期待はありました。

初めて“カンタンまーけ塾”に行った時のテーマは“スター戦略構築法”に関する内容だったんですけど、やっぱり小手先のツールばかり見えて、戦略の部分というのが全然分かってなかった。それに気づかされたことはすごい衝撃でしたね。

それまでは「小手先でうまく文を書いて何とかしよう」というような感じだったんです。要は、「セールスレターでうまく買ってもらう事は出来ないかなあ〜」というところにばかりに目が行っていた感じ。

それに対して、「DMを出すよりも前に戦略があるでしょ？」ということ、その場で見せていただいたことが衝撃でした。

その後、DMIについての課題はどうなったのですか？

DMの反応率がすごく上がりましたね。当時は平均の反応率が0.3%とか0.5%だったんですが、1.5%ぐらいの反応率が出るようになった。

アウトリストといって、DMを送る許可を取っていないお客さんに送るDMなのですが、平均で1.5%の反応がある。先月期は反応率が10%を越えました。

この10%というのは、ちょうど入学需要、進学需要があるタイミングだったので、タイミングが良かったということもあるのですが、DMの内容以前に、そういうタイミングを押さえていくことも、まーけ塾で教えてもらいましたね。だからこそ出来たことだと思います。

椎名先生はどちらかというと、「ここが大事なんだよ」というところを、ポイントで言うような先生。前置きとかそういったものは、ほとんどすっ飛ばしても、「大事なところはこれとこれとこれだから」と。「理解よりも大事なところはここだよ」というように言ってくれる。

例えば、DMの反応率を上げたいといっても、DMのどの部分に対して悩んだらいいかというのは自分では分からなかったりするんです。そんな時に、僕のDMIについては「どこに悩んだ方がいいんだろうか？」という、悩みどころを言ってくれるので、すごく有り難かったですね。

理解よりも大事なところというと、具体的にどんなことなのでしょう？

新しく教えてもらったことを自分の中に落とし込むには、自分で考えて実践していくしかないと思いますが、その時に椎名先生は、自分で悩むネタをくれるんです。

例えば、「無料体験でお客さんを集めるようにしたらいいんじゃないの？」という方向性を言ってく

れるわけです。トータルで全部の答を聞くわけではないですけど、ポイントで方向性や答をくれるので、悩みようがありますね。
話をしている、押さえるべきポイントが分かるので、自分でどういう風にやるかというところまで持っていける感じです。

“カンタンまーけ塾”に行く度に、いつもそういう事を感じるので、“カンタンまーけ塾”からの帰り道は、すぐ仕事がしたくなりますね。
「今日聞いたのがこれだから、うちの場合どうかな？あぁ、これかな？これもいいな」とか、帰りの2時間、車の中でずーっと考えているんです。
それで、家に帰ったらその内容をすぐ紙に落としこむ。
「じゃあ、次の日から何やろうか？」と、すぐ次の日から行動できますよね。

なるほど。今も“カンタンまーけ塾”には行かれていらっしゃるのですか？

はい。今は、“カンタンまーけ塾”も間隔があいて、2ヶ月に1回くらいの開催になったので、やっぱり1回の内容が「すごい濃いなぁ〜」という感じがしますね。

“カンタンまーけ塾”に行くと、参加者は10人ぐらい。
そうすると、休み時間とか、終わった後になると、個別に「こういうので悩みがあるんですけど」という質問にも、答えて頂ける。
やっぱり、こちらから質問出来る機会がものすごく多くあるというのは、とても良いですね。

例えば、私の場合で言うとDMの反応率が上がったのと同時に、塾の授業品質も上がりました。
それは、先生の方から「商品は絶対だよ」というアドバイスがあったからなんですね。
「商品が絶対なら授業品質を上げないと」と。

それで、『この客層の人たちを満足させる』と決めたら、そこに対して、「今うちはどこだから、何が足りないのかな？これが足りないのかな？」というのを全部出していったわけです。
そうやっていくうちに、どんどん授業の品質が上がっていったのですが、これも椎名先生が悩みどころをくれたからですね。

他にも3つある店舗のスタッフとの問題だとか、クレームに対する対応だとかについても色々教わりました。
椎名先生は、心理学の部分というか、NLPとかヒプノセラピーとかいう心の部分をものすごく話してくれるので、それはすごく役立っています。

「人間ってこう捉えるんだよ」ということを教えてくれるので、ものすごく応用が利く。
例えば、「人間の心理ではこういう事があるんだよ」と教わると、それをどう自分で使うか悩みますけど、悩んで出た答えというのは、大体うまくいきますね。

その意味で、DMや商品の品質やスタッフとの関係について、それぞれ悩みどころをくれるというのは私にとってはとても良い機会だと思っています。

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)