

アドバイスを基に『見積もり提案書』を作成。 それを出した時は7連勝でリフォーム工事を受注！

花まるリフォーム 高橋良一様(東京都世田谷区)



独立した当初、「絶対元請けでやっていくぞ！」と思いながら参加した“カンタンまーけ塾”。段々と「マーケティングの何たるか」が分かってくる中で、7件連続でリフォームを受注。椎名先生から「お客さんに聞くことの大切さ」を教わったという高橋社長に話を聞いた。

まず、椎名先生の勉強会、 “カンタンまーけ塾”に行くようになったきっかけは？

最初に椎名先生と初めて触れたのが電話相談でした。椎名先生が代表をしている、住宅リフォーム販促情報局に入ったことがそもそものきっかけだったのですが、その時は椎名先生のこと詳しく知らなかった。それで、入会した直後に電話相談をした時は「椎名って言う人は誰だ？」という感じでした。もちろん、電話相談でも、チラシを見ていただいて、「これはコケるよ」と言われたチラシが、見事にコケたりもしたので、的確に見ておられるなと思いましたが。それが、椎名先生が主催されている“カンタンまーけ塾”に行くようになってから、ガラッと印象が変わったんです。

なるほど。住宅リフォーム販促情報局に入会される前は何か困っていらっしゃったんですか？

当時は、ちょうど独立した頃でした。

何も知らなかったの、とにかく「勉強しなくちゃいけないな」と思っていたところに、情報局に出会ったんですね。

その時に見たのが小冊子を使ってお客を集める方法。

それを見て、「こういうやり方をすれば、うまくいきそうだな」と感じました。

当時は集客する術も無かったのですが、「絶対元請けでやっていくぞ！」とは思っていませんでしたから。

なるほど。“カンタンまーけ塾”のお話が出ましたが？

椎名先生のホームページにカンタンまーけ塾をやるのが掲載されていて。

情報局の会員は参加費も安くなるし、10人ぐらいのセミナーだったので、「これは行くべきだろう」と思って参加しました。

実はこの時の“カンタンまーけ塾”が僕にとって初めて参加したセミナーだったんです。

行ってみたら、椎名先生に直接触れ合うことも出来ましたし、すごく勉強になった。

10人ぐらいで、それぞれの課題を椎名先生に質問していく流れなのですが、「今こういうの作ってるんだけど、うまくいってない」とか、「こうやったらうまくいった」とかという話が聞けるわけです。

そういった実際の事例と、戦略についての理論。そして、その回のテーマに則した話。

こういう3本立てでのセミナーなんですけど、何回か参加しているうちに「マーケティングの何たるか」が段々と分かってきた感じがしましたね。

戦略の話も、成長曲線とかSカーブとかを、椎名先生は全部「これは軽井沢セミナーで30万円位でやるんだよ」なんて言いながら教えてくれる。

少人数だし、それぞれの参加者の具体的な話が出てくるんです。

そうすると、自分でも参加している他の人の困っている事を考えていきますよね。

看板屋さんだったり、ポスティング屋さんだったり、塾の先生だったり。

他業種の事例を考えていくと、本質だけが自分の中に入ってくる感じがします。

リフォームのチラシばかりをずっと考えていくと、小手先に行っちゃいそうなんだけど、他業種の事例を自分で考える事が、すごく良かったと思いますね。

あとは実際にお会いして、何かホッとした感じがありました。

やはり電話だけだと、時間も気になるし、こちらも集中しなきゃならない。

だけど、実際にお会いしていると、ふざけた話出るし、雑談もある。

椎名さんが「面白い人なんだなあ〜」というのもその時に分かりましたね。

“カンタンまーけ塾”にはやはり、マーケティングを身につける目的で参加されたのですか？

そうですね。“カンタンまーけ塾”に参加して、マーケティングの本質みたいなものが分かり始めたような気がします。

あとは、「僕と同じように色々試行錯誤している人がいるんだな」というのがすごく分かりましたね。

「同じ事考えてる」人がいるという事はすごく励みになる。

参加者同士で悩みや課題について話したりもしますね。

あとは、椎名先生は自分の成功事例を押し付けませんね。

“カンタンまーけ塾”でもいろんな人の成功事例や失敗事例を引っ張ってきてくれて、それをフィードバックしてくれるような感じです。

住宅リフォーム販促情報局の代表という『リフォームの成功事例の神様』みたいになってしまうかもしれない。

でも、椎名先生はいろんな他業種の話もしてくれます。

そういうところでの気づきみたいなものが参考になる事も多いですね。

マーケティングに関しては、あまり小手先みたいな事は言わない。

だから、核になる事を教わっているような気がします。

具体的な業績につながっている部分がありますか？

反応はすごく上がりました。

例えば、リフォームの見積りの時に【見積もり提案書】という資料を出すようになったのですが、これは椎名先生のアドバイスを元に作ったわけです。

そして、この提案書を出した時には7回連続でリフォームが成約した。

それまでは全然受注が取れなかったのに、7連勝したんです。

これは、椎名先生から「何でもお客さんが教えてくれるよ」とか、「お客さんに聞くことの大切さ」というのを教えて頂いていたから出来たものなんですね。

それまではセールストークでうまくやろうというか、見積り依頼が来たお客さんのところに行って、「どうトークしようか？」と、それをずっと考えていた。

ところがある時、お客さんに、ご自身の家の状況を写真を見せて説明したときに、「こういうのが見たかったのよ」と言われて、「あっ、そうなんだ」と。

例えば、見積りの下見の時に、リフォームする家の写真を撮っておく。

そして、見積書を出す時に、ヒビ割れている部分の写真とかを見せながら、「お宅の家は今、こういう状況ですよ」とお客さんに説明するわけです。

「この部分は隣の家との距離がこんなに狭いですよ。そうすると、より丁寧な作業が必要になるので、単価はちょっと上がりますよ」とか。

「お宅はこの部分が広いから、他の家より作業がしやすいので安く出来ます」とか。

あとは、「ヒビが何本入ってて」とか。

こういう資料を、4ページくらいとか5ページくらい、写真入りでまとめてお渡しする。

「こういう資料を作ってみたらどうか」と思ったときに、それまでのその“カンタンまーけ塾”での椎名先生の話がそこでフワフワって降りてきて、で、パラパラッと【見積もり提案書】が出来ちゃったんですね。これは、椎名先生が言っていたフォーマットが、頭に入っていたからだと思います。

もちろん実際に、「どういう風にお客さんに聞いたらいいいよ」というような聞き取りテクニックも、椎名先生から具体的に教えてもらっています。

もちろん、この提案書も、自分のお客さんじゃないところに無理やり出すと、やっぱりダメなんです。だから、全部が全部出すわけでもない。

行けそうなところしか出さないんですけど、椎名先生からはその、「行けそうなところを判断する」と

いうところまで含めて教わりましたね。

他にも椎名先生には「うまくいった時、お客さん何て言ってた？」とよく聞かれましたし、お客さんに聞くということについて教えてもらいました。

今もま一け塾には参加されているのですか？

はい。

僕はやっぱり“カンタンま一け塾”の塾生だと思っています。

椎名先生のニュースレターにも成功事例として載せて頂けるようにもなりましたし、今後は椎名先生の主催されるセミナーで自分の経験やノウハウをお話できるようになりたいですね。

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)