

飛躍する会社のブランディングとは？

参加費：2,000円（予約制：定員10名、先着順）
 日時：10月6日（火）18:30～20:00
 ※セミナー終了後懇親会を予定しております。
 場所：弊社会議室（烏丸三条 烏丸ビル2F）
 講師：加藤弘幸（かとうひろゆき）



加藤弘幸 Profile

大学卒業後、東京海上火災入社。25歳で独立。月収5万円の極貧生活を味わうが、出会いと仲間に恵まれ、現在京都、大阪で3社を経営。

最近では売れる仕組みから資産形成・節税対策まで社長の右腕コンサルタントとしても活躍中。

座右の銘は「運命自招」。

京都商工会議所、京都サンガ後援会、京都南ロータリークラブ、京都市中央倫理法人会在籍。

主な著書に「行列が出来る保険代理店の作り方」がある。

永続する会社を作るカギは「ブランディング」にあり

株式会社は起業後30年でその99.8%が消滅してしまいます。このような淘汰の激しい時代に、京都で100年以上続く会社がなんと600社以上存在しているのです。

そんな老舗と言われる会社に必ずあるのが「ブランド」です。つまりブランドは企業が永続するための条件でもあるわけです。

「ブランディング」ですが、大量の広告やTVCMを使う大手企業の手法を、我々がまねすることはできません。

そこで重要になってくるのが物量に頼らないブランディング戦略。ブランディング作りのノウハウを実践して飛躍的に業績向上した会社の事例を取り上げ、自社で実践できる「ブランド作り4つのノウハウ」をお話しします。

ブランディングに興味のある方はぜひご参加下さい。

セミナー年間スケジュール予定

Schedule

'15年 4月 半値になっても儲かる積立投資とは!?	10月 飛躍する会社のブランディングとは？
5月 (特別セミナー 開催予定)	11月 (特別セミナー 開催予定)
6月 成功するリーダーの会話力実践講座	12月 儲かる企業「値決め」の法則とは？
7月 (特別セミナー 開催予定)	'16年 1月 (特別セミナー 開催予定)
8月 年金復活、役員報酬最適化支援セミナー	2月 実現する事業計画の作り方講座
9月 (特別セミナー 開催予定)	3月 (特別セミナー 開催予定)



セミナーの収益金は「平和NGO」テラ・ルネッサンスの活動資金に募金させていただきます。

お申込み受付・お問い合わせ

0120-77-2608

E-mail: info@keio-web.com

※お申込みは営業担当者もしくは、松本までお申し付け下さい

社長の知恵袋2015

～最新のビジネスノウハウをまとめてチェック～

Vol.13

発行日：2015年09月15日

CONTENTS

01 売れる人が無意識で使う対話術とは？	01	04 オススメの本のご紹介	03
02 Made in Japanを強みに変えていますか	02	05 「社長力向上セミナー」のご案内	04
03 客をその気にさせる「将来的メリット」とは	02		



Point of View

売れる人が無意識で使う対話術とは？

From Business Consultant

株式会社京応 代表 加藤弘幸

「売れる人は何が違うんだろう？」そんな疑問を持たれたことはありませんか？

その秘密を探ろうと、セミナーや勉強会に参加してトップセールスマンの話を聞くのですが、やっぱりわからない…。そんな感想を持たれた方もいらっしゃるかもしれません。

それは、売れる人の大半が「無意識」で売れる対話術を使っている事が多いからです。本人が無意識ですから、セミナーや勉強会では話されることはありませんよね（笑）。

安心してお客様に話してもらうには？

商談成功のポイントはお客様に数多く話してもらうことですが、そのポイントは「安心感」にあります。ですが、実際の商談では「安心感」が深まる前に唐突な質問で失敗するケースが多いのです。

例えば住宅のショールームに初めて来られたお客様に、いきなり個人情報のアンケート記入を促すパターン。

予算や希望の間取りならまだしも、なぜ初めて会った人に年収まで教える必要があるのか？私自身、何度もこのような対応をされて、気分を害した経験があります。無神経にも程がありますよね（苦笑）。

売れる人はこんな会話を場を和ませます。

まず「どんな家が欲しいですか？」の質問の後に、自分が家を買ったときの状況や、最近同じような世帯が選ばれた家、最近の流行やトレンドなどを話した後、再度「お客様の場合はいかがでしょう？」と聞くのです。

お客様は営業マンが話した内容で、共感したり、自分がどの程度話せばよいかを掴めるため、スムーズな会話になりやすいのです。



ささいなことですが、まずお客様に「安心」して話してもらう「場」づくりができるかどうか、商談成功の最も重要なポイントになるのです。

お客様は商品・サービスの内容を事細かく聞きたいわけではありません。目の前のこの人は信頼するに足るかどうかをじっくり見定めているのです。



Made in Japan を強みに変えていますか？

現在、世界の人口は70億人を超え、欧米はもとより、アジアを中心とした発展途上国のお客様も数年前と比べ格段に増えてきました。また2020年の東京オリンピックが決定し、世界中のメディアが日本の観光・文化・歴史、そして「商品」の紹介を始めています。間違いなく日本に興味を持たれる人々が増え、今まで認知が低かった商品も売れる可能性が高くなってきました。

日本国内ではマーケットの縮小や為替の影響で苦境にある中小企業ですが、世界に目を向ければ自社商品の販路は大きく広がる可能性があります。ただ、実際海外で販路開拓するとなると、どこから手をつければよいかわからないし、言葉の壁や費用面で二の足を踏むことが多いのではないのでしょうか。

そこでお勧めしたいのが「インターネットを活用した海外への販路拡大」です。基本的な流れは、ネット輸出の専門家に商品を販売代行してもらう形をとります。

まず、海外オークションである「eBay」「アマゾン」にテスト販売を兼ねて出品し、ある程度ニーズが見込めるようであれば、ロットを増やし販売していきます。その後も安定した販売が見込めるとなれば自社サイトを制作するという流れです。基本的には商品の受注、発送も含めて対応してくれますので、面倒な手続きや外国語対応も必要ありません。



ご興味のある方は加藤までご相談下さい。

お客さんをその気にさせる「将来的メリット」とは

自社の優れた商品やサービスのセールスポイントをウェブサイトに載せるとしたら、みなさんはどんな文章でお客さんに伝えますか？

- 商品のスペックや仕様 / サービス内容
- 他社商品 / 従来商品との違い ■ 価格表
- オプション ■ アフターサービス…

すでに商品の購入を決めている人に伝えるのなら、上記のような情報で十分です。



しかし「購入を検討中」の読み手をその気にさせ、競合する他社よりも早く見込み客にアプローチしたいと考えるのであればこれだけでは不十分です。

勝つためのWEB戦略



「ドリルを売るには穴を売れ」は、著名なマーケティング学者、セオドア・レビット博士の言葉です。

読み手をその気にさせるには「穴」の話…つまり、商品を手にした後、最終的に起こる望ましい結果を伝える必要があるのです。

商品の強みの伝え方を3つの視点に分けてみます。

- ・商品のスペック = 「客観的特徴」
- ・商品の長 = 「直接的メリット」
- ・商品がもたらす最終的な結果 = 「将来的メリット」

「将来的メリット」は、お客さんの「欲求」や「問題」を解消するものです。もたらされるものがより望ましく、よりリアルに感じられるほど、お客さんは商品に価値を感じます。

「将来的メリット」は同じ商品でもお客さんによって異なることがあります。まずはターゲットがどんな人か、その人にとっての「価値」とは何か、少し時間をかけて考えてみてください。

(WEBディレクター 九坪 龍一)

旬のトピックス

オススメ本のご紹介 - 「サービス」を安売りするな！ -



本書の著者、高萩徳宗氏は大手旅行会社を経て「障害のある方や高齢者向けの旅行会社」として新たなビジネスモデルを確立し大成功されていますが、その中で「お客様は神様」という行き過ぎた思想が、理不尽な客を大量生産し、スタッフが疲弊する原因になっていると述べています。

いかにお客様といえども、時には毅然とした対応が必要なことはみなさんご存知の通りですが、立場の弱いスタッフではしのぎ切れない場面もあるでしょう。

本書ではそんな現場でどう対応すべきか、悩むケースにズバリ答えています。お客様対応の限界点をどこに置くのか、そんな視点で読んでみると参考になりますよ。

「サービス」を安売りするな！

高萩徳宗＝著
成美文庫：565円

株式会社京応 Keio Company Limited



代表 加藤弘幸
創業 1992年4月
所在地 京都市中京区三条烏丸西入御倉町85-1烏丸ビル2F

事業案内 **ビジネス・コンサルティング**
 売上UP・集客対策とマーケティング
 成長するための組織づくり、チームビルディング
 資金繰り改善、財務コンサルティング

WEBマーケティング
 集客型WEBサイトの制作・管理
 販促用ニュースレター・会社案内・名刺
 iPhone動画マーケティング

ファイナンシャル・プランニング
 生損保トータルリスクマネジメント
 節税・社会保険料削減対策
 中小企業オーナー向け資産運用コンサルティング

ミッション 京応は、お互いに感謝しあえる信頼関係を創造し大切な人の安心と夢に貢献する

連絡先 TEL：0120-77-2608 FAX：0120-72-2675
 E-mail：info@keio-web.com
 www.keio-web.com