

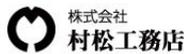
損する失敗広告

VS

得する成功広告・事例集

あなたの代わりに集客してくれる凄腕宣伝マンが欲しい社長さまへ

足立区で創業80年。無垢材と自然素材を使った家づくり



お問い合わせ・資料請求

お電話でのお問い合わせは
オシロニサンキュー
0120-046-239
営業時間 9:00~17:30
(第二・第四土曜 / 日曜祝日 定休)

HOME

自然素材で建てる家

リフォーム

オーダー家具

お客様の声

施工事例

会社概要



売上98倍チラシや完成見学会への集客が
2倍名になったチラシ。
その他、多くの実績を作っている
マインドックのチラシ広告のレポートです。



あなたの逃している91%の売上を取り戻す真の決済権者攻略ノウハウ 女性感情マーケティング

マインドック株式会社 代表取締役 鈴木 貴子

〒160-0023 東京都新宿区西新宿 5-1-17-404

TEL:050-3736-8661 FAX:03-6862-5930

URL: <http://www.bestmindoc.com/> Mail: taka@bestmindoc.com

目次

1

はじめに.....	2
監修者の紹介.....	4
お客様の声.....	6
広告には法則があります.....	7
97.5%が無駄チラシの恐怖.....	8
損する失敗広告.....	9
得する成功広告.....	16
売上を 1.6 億円増やしたチラシ.....	18
98 倍の売上になったチラシ.....	21
縮小移転通知ハガキで売上 2.1 倍のハガキ.....	23
資料請求率 50%の FAXDM.....	26
あなたに結果を出してほしいから.....	28
集客できる広告・自己チェック.....	29
終わりに.....	30
推薦者の声.....	31
マインドックの提供するサービス.....	32

はじめに

こんにちは。マインドックの鈴木です。

このたびは、「損する失敗広告 VS 得する成功広告・事例集」をダウンロードしていただき、ありがとうございます。

「こうしたら失敗する」そんな広告失敗例と、
お客様を強力に引き寄せる広告成功例を紙媒体で完全公開！

この PDF は、集客に悩む社長さんのために、世間のダメダメ広告と、
私が作って成功した広告を公開して、その差を知っていただくためのものです。

私が作成やアドバイスをして、売上が 1.6 億円増えたチラシや売上が 98 倍になったチラシ。50%の申し込みが取れた FAXDM など、実際の広告事例を、あなたのために公開します。

なお、Web 広告について書かれていないのは、Web 広告について書くと作り方以外のノウハウも書かなくてはならなくなるからです。

今回は紙媒体のみに絞りました。ご了解くださいませ。

もしかしたら、あなたはこんな悩みを抱えていらっしゃるかもしれませんね…。

- ・ ホームページ、ポスティング、手渡し。いろいろやってきたが反応がない。
- ・ SNS や DM などあらゆる広告を試したが集客できない。
- ・ 無料サンプル配布やセールでしかお客が集まらない。
- ・ 集まっても、その後が続かない。売上にならない。
- ・ 安売り競争に巻き込まれて働いても売上が増えない。
- ・ 同業者が上手く行っている広告と自社の広告の差がわからない。
- ・ 休日も仕事のことを考えていて、休んだ気がしない。
- ・ 自分の商品が売れない理由がわからず不安になる。
- ・ 広告の集客人数が減っている。このままでは・・・。
- ・ どこが突破口なのか、わからない。

でも、大丈夫です。

あなたはこの PDF を読んで、それを実行さえすれば、
以下のような結果を手に入れることができます。

- ・集客できる広告やチラシが作れるようになる。
- ・あなたの会社の良さをわかるお客様だけを集められる。
- ・簡単にリピーターやファンになるお客様が集められる。
- ・正規価格の販売でお客様を集めることができるようになる。
- ・他社広告より一歩ぬきんでた広告が作れるようになる。
- ・売上が上がって、休日は家族とのんびりできるようになる。
- ・現代の消費者にアプローチするコツがわかって経営に自信が持てる。
- ・過去と同じ広告先でも、集客人数が増える。
- ・提案した価格通りに売れるようになる。
- ・お客様から「欲しい」と言われるチラシや広告が作れる。

その他、あなたが望む多くのことができるようになります。

もしかしたらあなたはこう思ったかもしれません。

「お前に、なんでそんなことを言う資格があるんだ？」

そう思われてもおかしくはありません。

なので、私自身の簡単な自己紹介と、
これまで私がお手伝いしてきたクライアントさんからのお声を聞いていただければと思います。

監修者の紹介

フジテレビ、日本テレビなどメディア出演多数。
たった3ヶ月でDM反応率5.2倍、売上1億が3億以上に！

住宅・不動産・自動車・保険など高額商品を
真の決定権者にダイレクトにアプローチして
売上アップさせる女性感情マーケティング



幼少期、父がモテすぎるために起きる両親のトラブルを観察し、心理分析の虜（とりこ）に。多くの人の行動動機が知りたいと、高校時代に500人規模の学校外サークルの2代目TOPを経験。その後1980年に、米女性機構の初代会長、全世界で200万部のベストセラー「新しい女性の創造」の著者であるベティ・フリーダン女史の来日講演会の集客に関わったことに始まり、多くの会社の売上アップをサポートして黒字化。これらの結果に自信をつけ、2001年1月に独立。神田昌典氏の顧客獲得実践会に入会し、多くの経営者と研鑽に励む中、歴代アメリカ大統領も学ぶNLP（神経言語プログラミング）のトレーナー資格を取得。順調に業績を伸ばして2004年にマインドック有限会社を設立しました。

独立後、住宅や不動産の集客をサポートする中で、表向きの契約者は男性ですが、奥様からのYESがないと契約に至らないことに気が付き、2008年から“女性感情マーケティング”という切り口で活動。しかし、「男女に差なんてない」「個人差だ」と周囲の反応が良くないため一時撤退。10年たって、やっと社会が私に追いついてきたようなので、活動を復活することにしました（笑）。

現在は、住宅・不動産・自動車など高額商品を中心にコンサルティングをして、関わった企業の87.8%で経営を改善しています。

実績として、工務店のリフォームチラシを女性が申し込みしやすい文章と構成に変え、たった6000枚のポスティングで1000万円の売上達成。都内工務店の3年以上新築の問い合わせがなかった状況を9ヶ月で4件と打開。不動産のDMを改善し、問い合わせを5.2倍アップなどがあります。

セールスでは、営業嫌いの新人でも結果の出る“7ステップ『共感』セールス”を提唱し、多くの実践者に「簡単に申し込みが取れる」「成約率が倍以上になった」と喜ばれています。

なお、企業研修、講演ともに“翌日から実践”できると評判で、参加者の90.3%が満足と評価してくれています。

これからも、顧客心理に着目した手法で、高額商品を販売する会社のマーケティングとセールスをサポートして、日本の経済を潤していきたいと活動中です。

座右の銘

なすべきことをなす勇氣と、人の声に私心なく耳を傾ける謙虚さがあれば、知恵はこんこんと湧き出てくるものです。<松下幸之助>

実績

オリックス生命保険株式会社 シティバンク・エヌ・エイ ドコモシステムズ株式会社 寺島建設株式会社 株式会社シエナホームデザイン 株式会社村松工務店 央2株式会社 有限会社鈴木水道 富山市八尾山田商工会 東京商工会議所 日本政策金融公庫 常陽産業研究所 長野県労働金庫 足利銀行株式会社 水戸西ロータリークラブ その他

実績数字

対比用効果実績

	作成費込み費用 コンサル費用（成果分のみ）と その他作成費用などを合計	売上アップ金額 元の売上よりアップした分の粗利
A工務店	498万円	粗利6000万円アップ
B設計事務所	388万円	粗利3200万円アップ
Cリフォーム	403万円	粗利1500万円アップ
D外壁塗装	404万円	粗利1250万円アップ
E社ビル補修	394万円	粗利500万円アップ

お客様の声

僕の想いを形にして集客してくれるコンサルタント

何度かちょっと鈴木社長とお話をさせていただいて、これまでのコンサルの方たちってというのは、どちらかという自分たちがうまくいった方法で私をなんとかしていこうという考えの方が多かったかなあと、今振り返ると思います。

鈴木社長の場合は、私がどうしたいのか、そういったことをしっかりと掘り下げていただいて、まあ極端なことを言えば、私がやりたくないことはさせない。逆に、できることで目標に向けてやっていこうというふうな、寄り添っていただく話をいただいたことがすごくなんか安心感があったし、この人だったら私のイヤなことじゃなくて（私の）やって行けるようなことも、いろいろとアドバイスいただけるのかなと、そういうふうに思ってお願いをしたいというふうに思いました。

明るく、親身に相談する側が悪くなるぐらい多くのアドバイスをいただけて、0から9か月間で4件の新築問い合わせをいただきました。

株式会社村松工務店 代表取締役 村松 実 様

具体的に自分自身の中で確認できてよかったです

顧客ニーズや目的が特化している売り方など どこに目線を持っていけばいいのか、知りたいと思っていました。今の社会の流れから、速いスピードで経済も多様化しているので、今の情報を知りたく頼みました。

今までやってきたことが具体的に自分自身の中で確認できてよかったです。

あとは、ターゲットをもっと細かく一人にまで絞ることの重要性が良く分かりました。相手ときちんとコミュニケーションをとりながら、相手のポイントとをつかんでいきます。

今までは、相手が求めていることに目を向けることにより、こっちが売りたいもの、伝えたいことを優先にしてきていたので、それを相手目線にしていくことを実践していきたいと思います。

匿名様 30代 経営者

広告には法則があります

ちょっと自慢させてください (笑)。

ありがたいことに、新規集客の広告で集客できなかったことはありません。
自社で新しい顧客にアプローチする時も、クライアント様の集客をお手伝いした時も、集客できなかったことはありません。

逆に、売上が 1.6 億円増えたチラシや 98 倍になったチラシ。50%の申し込みが取れた FAXDM など、世間では驚異的と言われる反応を出したことがたくさんあります。

多くの経営者様の悩みである売上アップ。
その中でも、集客の悩みは深いです。

どんなに良い商品を販売していても、
集客ができなければ営業もできず、売上は 0 円。

社屋を構えていれば、その分資金は出て行くばかり、
水道光熱費や電話代だってかかって資金はマイナス。
でも、集客のために何かしらの広告はしなければいけません。

だから、広告の反応率が悪いと・・・真っ青ですよね。

さて、次のページから、そんな真っ青広告をご紹介します。

全部、新聞の折り込みチラシです。
あなたのチラシがこんなチラシでないことを祈りながら・・・公開します！！

97.5%が無駄チラシの恐怖

ダメチラシは、新聞の折り込みだけをピックアップしました。

私の事務所がある新宿は住民が少ない地域です。

住民が少ないにもかかわらず折り込みチラシは週に 200 枚以上入ってきます。

しかし、その中で「良いなあ」と思える広告は 5 点ぐらいしかありません。

つまり 2.5%ぐらいしか良いチラシをみつけられません。

他は、ダメダメチラシばかり・・・。

住民が少ない地域。まして新聞を読む層も少ない地域に広告しようという自体でセンスがないのでしょうが、それでも、新聞の折り込みチラシという媒体を使うなら媒体の特質に合わせた広告にすれば良いのに・・・。

それができていません。

いや、それ以前に、広告としてもダメダメなものばかりです。

なお、この 2.5%の割合は、ポスティングチラシやホームページでも FAXDM でも郵送の DM でも同じです。

つまり、集客のために広告を出している社長さんの 97.5%はお金を出して、集客できない広告を出しているのです。

もっと厳しいことを言えば、住宅完成見学会など高額商品のチラシに限ると、良い物がもっと少なくなり、99.5%ぐらいがゴミ箱行きのチラシです。

住宅や建設関係は、地域密着商品だから、紙媒体の効果は計り知れません。

もっと真剣にチラシ作って欲しいと常々思っています。

では、今回、広告の失敗例を 8 点公開させていただくことにしました。

まずは、どこが広告としてダメなのか考えながら観てください。

損する失敗広告

①

オートロック付2LDK+トイレ+バスに304号室を呼び下ろし

Open Room

オープンルーム

6/22(土)・23(日) 13:00~17:00

●中古マンション ●ジャストリット/CK136018

代々木 304号室

3駅利用可能

小田急線「参宮橋」駅徒歩 8分
京王線「初台」駅徒歩 8分
JR山手線「新宿」駅徒歩 15分

リノベーション内容 (平成25年6月13日完了)

- 壁クロス張替え
- タンクレストイレに交換
- 浴室換気乾燥暖房機交換
- ガスコンロ・レンジフード交換
- クッションフロア貼替え (キッチン・洗面)
- 水栓金具交換 (キッチン・浴室・洗面・トイレ)
- 全スイッチパネル交換
- 防水パン交換
- エアコン1台設置 (リビングダイニング)
- ハウスクリーニング実施 等

LDK TYPE 45.50㎡

東・西・北三方角部屋

2面バルコニー

戸建感覚の専用ポーチ付

ペット飼育可能 (管理費は別途)

販売価格 **3,390万円**

●物件概要●
●所在地/代々木4丁目304号室
●交通/小田急線「参宮橋」駅徒歩8分、京王線「初台」駅徒歩8分、山手線「新宿」駅徒歩15分
●専有面積/45.50㎡ ●LDK+トイレ+バス+洗面+収納/12.63㎡ ●専有部一平面積/4.36㎡
●築年数/築後/新築/0年/0年/築後0年/0年/0年 ●専有部/1/0/0/0/0/0 ●管理費/11,800円/月 ●修繕積立金/11,800円/月 ●敷引/11,800円 ●取引形態/個人(仲介)
●取引価格/個人(仲介)と法人の物件は、仲介物件につき経路の間に毎年度の仲介手数料を別途申し受けます。●物件情報は平成25年6月17日現在です。●広告掲載期間 平成25年7月17日。

②

現地販売会開催 6/29(土)・30(日)

先着順販売申込受付中 13:00~17:00

土地【東5区南今利地区5区画】

代々木4丁目

高台の立地に位置する、閑静な住宅地

建築条件付土地ではございません。
好きなハウスメーカーで建築できます。

価格 **3,490万円**(白区画)より

小田急電鉄小田原線
「参宮橋」駅徒歩 **3分**

区立参宮橋公園 まで約10m

【土・日曜日・祝日は定休日につき、お気軽に携帯までお問い合わせ下さい。】

●所在地/代々木4丁目304号室
●交通/小田急線「参宮橋」駅徒歩3分、京王線「初台」駅徒歩8分、山手線「新宿」駅徒歩15分
●専有面積/45.50㎡ ●LDK+トイレ+バス+洗面+収納/12.63㎡ ●専有部一平面積/4.36㎡
●築年数/築後/新築/0年/0年/築後0年/0年/0年 ●専有部/1/0/0/0/0/0 ●管理費/11,800円/月 ●修繕積立金/11,800円/月 ●敷引/11,800円 ●取引形態/個人(仲介)
●取引価格/個人(仲介)と法人の物件は、仲介物件につき経路の間に毎年度の仲介手数料を別途申し受けます。●物件情報は平成25年6月17日現在です。●広告掲載期間 平成25年7月17日。

③

10

(第2期前発売)

全戸南向き、都心に残されていた静かなる邸宅地

駅徒歩 **2**分
新宿駅 徒歩 **4**分

3LDK **5,900**万円台～ 第2期 先着順申込受付中

④

試乗予約受付中。
新しい [] を是非お試しください。

5.0 V8 LIMITED [全国限定120台]
¥7,930,000 (メーカー希望小売価格(消費税別))

SPECIAL AUTO LOAN 1.9%
月々 **35,905**円

0.1%
SPECIAL AUTO LOAN
DISCOVERY 4 ¥8,765,000～¥12,980,000

月々 **32,008**円

¥3,990,000 (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～)

¥4,500,000～¥5,980,000 (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～)

¥7,890,000～¥11,720,000 (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～)

¥12,300,000～¥16,700,000 (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～) (1.9%～)

⑤

11



いま選ぶなら、のクリーン・ディーゼル。

心躍るダイナミックな乗りを、よりクリーンに楽しむための新たな選択。それが、BMWのクリーン・ディーゼル。最新のBMWツインパワー・ターボ・ディーゼル・エンジンが、圧倒的なパワーと高い燃費、優れた静粛性を実現します。多彩なライナップで時代の最先端を駆け抜けていくその指針を、ぜひ今週末のショールームで確かめください。

いよいよ最後の週末。すべてのに1.99%¹、さらにに0.99%²特別低金利ローン実施中。

1.99%/0.99%
特別低金利ローンは
今月末まで。お見逃しなく。

⑥

住まいのリフォーム!!

は増改築相談員のいるお店です。

増改築・マンション・アパート・店舗改装・住宅修理

リフォームのことならどんな小さなことでもお気軽にご相談ください。一級建築士があなたの住宅に関するお悩みを解決致します。

快適さアップ
21世紀

気になっている内装、困っている水廻り…。今年こそリフォームをしてみませんか？正しい建築知識を持った増改築相談員が、構造的なものから内外装設備に至るまでお客様のご予算・ご要望に合わせた安心・納得の正しいリフォームのご提案をいたします。

暮らし明るく
リフレッシュ!



建物点検・お見積り・相談承ります。

- 屋根
- 強化コンクリート (m) ¥ 2,200
 - 塩ビ製集水器 ¥ 2,700
 - 雪止 ¥ 1,100
 - 断熱 屋根塗装 (m) ¥ 1,800
 - 珪藻土 屋根塗装 (m) ¥ 2,000
 - 瓦葺 屋根 (m) ¥ 6,800
 - コロニアル葺 (m) ¥ 4,800
 - カラー板金葺 (m) ¥ 7,000

- 外壁
- ひび割れ補修(M) ¥ 800~
 - 網戸張替 1枚 ¥ 3,800
 - ガラス (800×900) 1枚 ¥ 9,500 網入 ¥ 13,500
 - 玄関扉 幅800×高さ1900 1組

どんな小さな工事でもお気軽に
お近くだからできるきめ細やかなサービス

- 収納
- クローゼット、折戸
幅1800×高さ2350 定価65,000円の品を
製品代 ¥ 35,700 + 取付費 ¥ 23,000
 - 幅1350×高さ2350 定価2,300円の品を

- 天井・壁
- 和室天井紙 (m) ¥ 4,500
 - 壁、塗替 (m) ¥ 3,500
 - クロス貼 (m) ¥ 1,200
 - ペンキ塗替 (m) ¥ 1,500

- 防犯
- ピッキング対策
 - 防犯ガラス
 - 盗格子
 - 人感センサーライト
 - テレビ付インターホン

- バリアフリー
- 段差解消スロープ
 - 玄関・階段・浴室 手すり設置
 - 扉の取替え (開き戸→引き戸)
 - 洋室便座への便器の取り替え

※上記リフォームについては状況に応じて価格が大きく変わりますので、

⑦ と⑧



**NEW
OPEN**



代々木近辺で、一番コストパフォーマンスが高い美容室を目指しています。

女性・男性、年齢・職業を問わず、どんな方でもリラックスして寛いで頂けるような、ナチュラルでウッディなカフェスタイルの店内で、最高の技術・接客・サービスを、驚きの低価格でご提供させていただきます。

3年以上のきちんとした経験を買んだトップスタイリストたちが、都内の超有名店でも使われているような最新の設備と最高級の薬剤を使って、マンツーマンで丁寧に施術します。





キッズスペース完備で、小さいお子様同伴もOKです

オープニングキャンペーン

カット	¥ 5,250 ⇒ ¥ 2,990
カット & アロマヘッドスパ	¥ 8,950 ⇒ ¥ 4,700
ハープカラー	¥ 5,250 ⇒ ¥ 4,200
カット & アクアパーマ	¥13,650 ⇒ ¥10,000
カット & シルキーストレート	¥16,800 ⇒ ¥10,000
まつ毛エクステ 付け放題	¥ 9,450 ⇒ ¥ 5,990



**2013 サマー
キャンペーン**
※取扱期間
2013 6/30 ~ 7/31

2013 サマーキャンペーン期間中
新たな資金で
[スーパー定期プレミアムジャンプ]
ご契約の方に「選べるプレゼント」
A~Dいずれかが1品
好きなものをさしあげます。

※数に限りがありますので、お早めの申し込みをお勧めください。
キャンペーン期間中のみ申し込みとなります。

選べる
プレゼント

A

【ホリ】
夕張メロン
ピュアゼリー
80g×3個



B

【玉露園】
六条種むぎ茶
12g×32袋入



C

【ライオン】
キレイキレイ
泡ハンドソープ
250ml



D

【五十嵐製菓】
秋田の産家
煎茶時代 [周助]
つけ麺 2人前



※写真はイメージです。プレゼントは、都合により実物が変わることがあります。

対象商品	スーパー定期「プレミアムジャンプ」
お預入対象者	個人の方のみ
預入金額	30万円以上
預入の種類	自動継続式1年もの定期預金

※詳しくは詳細ページをご覧ください。

では、どこが損する広告なのか解説します。

①～⑤までは、売りたい物はわかるのですが、他がわからない広告です。俗にいう“イメージ広告”です。

イメージ広告は、ブランディング済みの有名な会社や資金がたっぷりあって商品を売るよりブランディングにお金を使える会社しか出してはいけません。

小さな名も知られていない会社は絶対にやってはいけない広告が“イメージ広告”です。

デザイナーさんに頼むと、こういうキレイだけど集客できない広告を作ってきますので、注意してくださいね。

次の⑥は、今度は売りたい物やサービスが羅列されている広告です。

こういう広告の別名は“会社案内広告”と言います。

「自分の会社は〇〇も△△も□□も、みんな揃っています」とアピールする広告です。

この広告では、新規集客はできません。

たまたま申し込みが来るかもしれませんが、それは本当にたまたまだけのこと。

問い合わせだけで、実際の施工は他業者に取られかねない広告です。

あれもこれもできる会社を作ってしまいがちなのが“会社案内広告”です。会社内部の人間だけで案を作ってしまうと、こういう広告になりがちですので、注意しましょう。

次の⑦は、見た瞬間にまったく何の広告なのか分からない広告です。



もしてはいけません。

こういう広告は、チラシとしても認識されません。

この広告の間違いは、イメージ広告と会社案内広告を少ない紙面に盛り込もうとしてしまったことにあります。

作成しているのが美容院ですので、イメージ広告の中に会社案内を入れたくなるのは心情としては理解できますが・・・。

小さい会社は“イメージ広告”も“会社案内広告”

良いコート紙を使っているのに、印刷費用も高かったのだらうと思うと、なんだか他人の私が観ても悲しくなる広告です。

さて、最後の⑧は、よくある銀行のチラシですね。



多く商品について書くことが難しい業種です。

顧客感情を逆なでする広告です。

30万円以上預けて、メロンピュアゼリーをもらって嬉しい人がいると顧客をバカにしています。

いつも預けているお客様が「メロンピュアゼリー」がもらえるからと預けてくれることはあっても、新規顧客が集まることはありません。

銀行や金融関係、保険関係のチラシは、制限が多

だからといって、景品あげるからと言われても、物のない時代じゃあるまいし、新規顧客が集まることはありません。

こういう広告を私は“海老で鯛幻想広告”と呼んでいます。

これで新規集客できなくても、金融機関は困らないのでしょうか？
もし困らないとしたら、その分、金利を上げて欲しいですね。

さて、ダメダメチラシを8枚ご覧いただきましたが、いかがでしたか？

まさか、あなたの会社のチラシや広告が“イメージ広告”や“会社案内広告”
だったなんてことはないですね？

まして、チラシとしても認識されないチラシや景品だけ載せた“海老で鯛幻想広告”
になっていませんか？

折り込みチラシを観ても200枚中195枚は、ダメダメチラシです。

インターネットのホームページを観ても、200サイト中195サイトはダメダメ
ホームページです。会社送到られてくるFAXDM観ても、申し込みたくなるFAXDM
には年間1件当たるかどうか？！

でも、だからこそ、このPDFを読んでいるあなたに朗報があります。

他がダメなのですから、ちゃんとした広告が作れば、あなただけが集客で
きるのです、あなたが一人勝ちできます。

さて、そんな広告をご紹介しますね。

得する成功広告

今から、広告の成功例を4点公開させていただきます。

そうして、反応の良い広告、集客できる広告の秘訣をワンポイントアドバイスさせていただきます。

ぜひ、広告成功例をじっくりご覧になって、このPDFのワンポイントアドバイスを自社の広告に応用してください。

そうして、あなたの会社の集客に役立ててください。

では、公開前に、私の作成する広告の特長をお伝えします。

1. 集客から販売までの期間が短い。
2. 安売りしなくても売れるので販売金額が増える。
3. お客様から欲しいと言われる。
4. 短時間でファン客になる。
5. リピーターに移行しやすい。
6. 紹介やロコミが出やすい。
7. クレームが少ない。または少なくなる。

いかがでしょうか？

良いと思いませんか。

ただ、1つだけ欠点があります。

それは、誰でも彼でも集めるといふ集客には向かないという点です。

私の作成する広告は、優良な見込み客を集めることに集中しています。

ですので、集めた時から成約までの時間が短く、販売金額が高くなるのです。

集客した時点で、お客様はファンになりかけています。

そのため、購入する意思が高く、リピートしやすく、紹介やロコミが出やすい状態です。

ですから、あなたに強力な営業スキルがなくても、

販売数が増え販売金額が増え、あなたの会社の売上がアップします。

- ・セールスマンを雇いたいけど、給料が高くて払えない
- ・募集してもセールスマンが集まらない
- ・社員はセールスが苦手。自分が営業担当だが、自分もセールスが苦手
- ・セールスができそうな社員もいるが、彼らには時間の余裕がない。

そういう会社でも、私の作成する広告を使えば、楽に売上アップができます。

「もうセールスマンを使っているよ」、「うちには凄腕セールスマンがいるよ」という会社でしたら、さらに簡単に新規顧客を集めて売上アップができます。

無駄なお客様にセールスしなくなるので、業効率が良くなりますから、1.5倍の売上なんか楽勝です。優良な見込み客が集まるから、セールスマンもニコニコです。

ですから、ぜひ、この PDF のワンポイントアドバイスを貴社の広告に応用させてください。

そうして、結果が出たら教えてくださいね。

売上を1.6億円増やしたチラシ

加茂市 大郷2丁目

「私たちの希望が叶う住宅会社ってあるのかな?」とお考えの、小さなお子様のいるご家族の方へ



ライフスタイルの変更にも対応できる
お客様で作った5LDKの家ができました

9/29 sat. 30 sun 10:00~17:00
〔会場〕加茂市大郷2丁目(リオンモール様うしろ)

明るく、開放的な、アットホームで、あきこない家づくりが
の家を公開します



お客様も大満足

「開放的でアットホーム」な家ってどんな家?

この家の見どころ

- 南向きの大きな窓から目に入る花壇の花と日差し
- リビング中央の階段で自然と人が集まる工夫
- まるで海外ドラマの子供部屋のような屋根裏収納
- 床暖房と太陽光発電で快適で家計にやさしい家

「これだ!」と思える家創りができる訳。

- ① 私はキャリア25年、サラリーマン時代から数えて、証べ1000種以上の設計実績があります。蓄積された豊富な引き出しから、あなたとご家族に一番マッチしたプランを提案することができます。
- ② 卒業図だけでは空間の広がりなどがつかみにくく、「家が建ってからでいいかわらない」という声をよく耳にします。私はお話を聞きながらそのイメージをスケッチやCGパース等で見える化しながら打ち合わせを行いますので、より実物とのギャップが少なく、ストレス無い家創りが行えます。
- ③ 私は卒業以来、証べ100部を超える資金計画セミナーや個別相談会を行ってきました。様々な金融機関の特性や、借入に関する経費などの削減方法、お借入制の利用率に精通していますので、色々な切り口からあなたに一番合った住宅ローンの提案ができます。
- ④ さらに専属のファイナンシャルプランナーとのタイアップにより、人生の設計図(ライフプラン)を作り、遺族の不安や子育て資金、老後の資金の不安までも解消します。

見学会においでになった方全員に
「住宅の土地探しが良くなる本」小冊子と
無料相談優待券をプレゼントいたします!

優待券を使用して無料相談も多助にたく、優先的にお時間を取ると共に室内のイメージスケッチ集をプレゼントいたします。

無料 025-378-8872

住宅完成見学会のチラシです。

住宅などの高額な商品売るための集客チラシは、1万円の商品売るチラシと同じではいけません。

完成見学会ですから、お客様に足を運んでもらわなければいけません。

お客様に業者と対面する場所まで足を運んでもらうというのは、まだ買うかどうか決めていないお客様には高いハードルです。

ですので、

1. コンセプトを明確にする。
2. 情報を多くする。
3. 警戒心を解くこと。
4. 信頼してもらうこと。
5. デザインもセンス良く。

の5点は心がけましょう。

この会社は、集客人数はそれほど増えませんでした。他店を断ってくるお客様がこのチラシで出ました。

この会社の社長さん、私に頼む前に 1500 万円のコンサルティング費用を大手コンサルティング会社に支払っていました。「1 棟売った時の粗利が大きいので年間 2 棟増えれば 3 年で元が取れるから良いや」と思ったそうです。それでも、コンサルティングを受ける前と同じ棟数しか売れなかったのです。

それが、私のコンサルティングで、リフォームも含めて年間受注棟数が 2 倍以上になりました。

この会社は、1500 万円払って売上アップ率が 0%だったのに、私のコンサルティングを受けて売上が 2 倍になりました。

コンサルティング費用は 1/5 です。ですので、現在は無借金経営だそうです。

では、先ほど書いた高額商品である住宅販売のためのチラシに必要な項目の詳しい説明をします。

1. コンセプトを明確にする。

住宅購入は、お客様してみたら一生のうちに 1 回あるかないかの大きな買い物です。ですので、自分の趣味や生活形態に合う設計施工をしてもらえるかどうか気にしています。だからこそ、設計のコンセプトが明確に表現されている必要があります。

2. 情報を多くする。

高額商品の購入ですから不安が多いのは当然。自分が 1 千万円、2 千万円という買い物をする時のことを考えればわかりますよね。何もかも入れれば良いわけではありませんが、情報は多いほうがベストです。情報が少ないチラシでは、相談してみようとさえ思ってもらえないです。

3. 警戒心を解くこと。

こちら高額商品で重要な項目です。「この会社なくなるとは？」、「不正工事されないかしら？」、「嘘つかれないかしら？」。専門分野の高額商品ですから、来店前に警戒心を解いておかないと面談が大変です。住宅購入の 91%は女性の影響で決まります。だから、女性に観てもらえるチラシにしてください。

4. 信頼してもらおうこと。

新規集客のチラシで一番に心がけるのは、これ。

まだ、あなたの会社もあなたの商品も何も知らない相手にアプローチするために配っているのですから、信頼されなければ行動してもらえません。初デートに誘うのと同じですから、一番大切なのは信頼されることです。

5. デザインもセンス良く。

住宅に「住めれば良い」人はいません。洋服なら何でも良い人がいないのと同じです。まして、住宅は洋服のようにイヤになったから取り変えるという選択できません。センスが良くないと施工後が不安です。だから、デザインも重視しましょう。

以上が、高額商品であり取り換えができない専門性の高い住宅という商品を販売する時の広告に必要な項目です。

1 棟販売できた時の粗利が大きい住宅販売。その分、クレームも多い業種です。お客様に面談に来てもらうためには、それなりの広告を作らないといけません。

ですが、多くの住宅販売業者や住宅関連業者の広告は“イメージ広告”か、“会社案内広告”。お客様としては、何も情報がないところから選ぶことしかできない状況です。だから、お客様は有名な大手企業を選んでしまうのです。

ですから、あなたの広告に上記 5 点があれば、お客様の不安は解消され、選ぶ基準が明確になるので、あなたの会社に面談を申し込んでくれます。

さあ、競合他社が気づく前に、あなたの広告を作り直して売上を上げてください！ 応援しています！

98 倍の売上になったチラシ

水道工事のです!!
創業36年!!

市指定水道工事店
市管工事業協同組合加盟店

地元にお住まいの皆様、初めまして。
の水道屋」と
申します。創業36年の水廻り
専門工事店です。経験を積んだ
専門スタッフがアおります。

水道管は古くなっていませんか？
古い水道管は漏水や赤水の原因になります。

排水管やマンホールの点検はされていますか？
古い排水管はつまりや臭いの原因になります。

雨水はちゃんと流れていますか？
台所の蛇口から水は漏れていませんか？
キッチンの交換が必要かもしれません。

お湯の出が悪くなっていますか？
和式トイレを洋式にしたい。
トイレの水が出ない、止まらない...
ウォッシュレットの調子が悪くありませんか？
お風呂は使いにくくありませんか？
シャワーの出が悪くありませんか？

すべて「すずき」にご相談下さい!!

●水道管・排水管の
新規やりかえ工事
●雨水設備工事
●給湯器交換修理
●エコキュート工事
●食洗機&
浄水器取付
●貯水槽清掃
●排水管洗浄
●ポンプ交換・修理
●水廻りリフォーム
(トイレ・キッチン
浴室・洗面)

「チラシを見た」とお声かけ下さい! 優先的に対応致します!

お問い合わせ、無料点検のご依頼はこちら
の指定水道工事店! 出張点検&見積無料!

●営業時間:午前8時~午後5時
●定休日:日曜日(GW・お盆・年末年始は除く)
●住所:

水道工事屋さんのチラシです。

業者さんが、チラシ添削後自分で修正して配りました。
このチラシでも、私から見ると70点しかあげられません。
でも、売上が98倍になりました。

この会社のように、お客様の自宅に訪問しなければサービス提供ができず、
売上に結びつかない業種の集客オファーについて注意があります。

「無料見積り」や「無料点検」は、お客様を集める手段になりません。
チラシ作成前に「無料なら頼むはず」という考えはスッパリ捨てましょう。

- このチラシで集客できているのは、
1. トラブルに気が付いてもらうこと。
 2. 信頼してもらうこと。
 3. お客様に電話をかけてもらうこと。
- そのことだけに集中したからです。

このチラシ、集客人数は増えましたがメチャクチャ増えたわけではありません。

実は売上が98倍になったのは、初回接触時、訪問時、修理作業中、アフターフォロー時に別の販促物やトークで他の商品に誘導したからです。

新規集客から販売、その後のアップセールスの仕組化は大切です。

この仕組化までを素直に実行してくれたので、うまくいった事例です。

チラシを修正して、集客人数は約5倍以上になりました。その中の約半分にアップセールスが成功したので、売上が98倍になったのです。

この水道屋さんには、私が書いたトラブルに気が付いてもらうための文章をメールで送ってあります。その文章に変えたら、もっと集客できるはずです。

早く修正して配ってほしいです。

さて、このチラシに必要な項目の解説です。

1. トラブルに気が付いてもらうこと。

「水漏れはありませんか？」と聞いたら、あるか、ないかの回答しか返ってきません。お客様は素人です。「こうなったら修理したほうが良いですよ」と教えてあげてお客様に喜んでもらいました。

2. 信頼してもらうこと。

これは新規集客では外せません。前の住宅施工会社の例を読んでくださいね。

3. お客様に電話をかけてもらうこと。

「1」で不安になったお客様から電話がかかってくれば、後は、初回接触時、訪問時、修理作業中、アフターフォロー時に、別の販促物やトークで他の商品に誘導するだけです。

初回から利益にしようとしなないことがコツです。

縮小移転通知ハガキで売上 2.1 倍のハガキ

6月11日より移転先でオープン

 **元気で長生き**
ワンコのトータルケアサロン

いつも  を応援いただき、誠にありがとうございます。

ワンちゃんたちは、家族の一員。
そんな優しいお客様に守られて、幸せにお仕事をしている
です。

私もワンちゃんを多く飼っています。
今回、私の大切なワンちゃんの幸せも考えたいと思い、新座から自宅
近い練馬区に移転させていただきました。

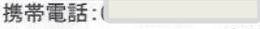
移転したことで、私も安心して、いっそう、みなさんのワンちゃんの世話
に励めると喜んでおります。

ですので、オープンに伴いご来店の方にプレゼントを用意してお待ちし
ております。

このハガキをご持参いただければ、その場でワンちゃんのおやつを差し
上げます。

練馬のお店に、どうぞ遊びに来てください。お待ちしております。

Tel: ()
携帯電話: ()
AM10:00~PM6:00 定休日・月曜日
トリミング予約、受け付け中！

ドッグラン付きの大きな店舗から、広さは10分の1に縮小。
直線距離にして6キロ、電車は乗り換え含み駅にして9駅移動。最後は、バ
スに乗らないとたどり着かない場所への移転でした。

車社会でない東京では、これは新規店舗を出すに等しいことです。

そんな店舗に78%の既存客さんが来店したほぼ実物と同じハガキです。

この文章を提案したところ、クライアントさんから、
「こんな文章出して良いのですか？」と質問されました。

私の答えは「これじゃなきゃダメです」でした。

このハガキの特徴は

1. お店側とお客様を1つのコミュニティとしていること。
2. 同じ犬好きとしての強い共感を持たせていること。
3. 共感を理由にしたプレゼントの提案があること。

という3点です。

このオーナーさんは、ドッグショーで何回も入賞している女性です。知識も実力もある彼女がいうセリフだからこそ、お客様が納得してお祝いに来店してくれました。

周辺に開店チラシも撒いたので新規のお客様も来店。既存客の雰囲気にも惹かれてファン客になりました。

あとは、彼女のトークを改善して、来店期間の短縮と販売金額のアップで、売上2.1倍となった事例です。

では、このチラシに必要な項目の詳しい説明をいたします。

1. お店側とお客様を1つのコミュニティとしていること。

「ワンちゃんたちは、家族の一員」。この文字はお客様の心の声です。そうして、このペットショップのオーナーの心の声でもあります。だから「家族」という言葉で強力な結びつきをイメージさせて、家族=ペットショップオーナーという無意識の結び付けをしました。家族なら移転しても会いに来ますからね。

2. 同じ犬好きとしての強い共感を持たせていること。

次も言葉による連想を使いました。

私の大切なワンちゃんのための移転=安心できた=あなたの大切なワンちゃんの世話が安心してできる。移転は、より良いサービス提供のためだったのだというオーナー自身のストーリーをハガキに語ってもらいました。

3. 共感を理由にしたプレゼントの提案があること。

上記の「1」と「2」に続けて「ですので」と続けてプレゼントのお知らせをしています。そうして、プレゼントは家族の一員であるワンちゃんに与える。

これを私の使う心理技法では、スタッキングアンカー（重ねた錨）と呼びます。

全ての言葉を「家族」と「ワンちゃん」に結び付けています。そのせいで78%の既存客が車を飛ばして新店舗に来店してしまったのです。

25

チラシで大切なのは、デザインより顧客心理という好例ですね。

資料請求率 50%の FAXDM

新しい視点のセミナーをお探しの商工会議所担当者様へ 情報収集のための無料資料を送っております

会員様に感謝されるセミナーを開催しませんか。
人も資金も限られた中小企業の存続にとって急務のマーケティングを、クライアント20人中19人が業績改善する「増益するコンサルティングでNo1の女性経営コンサルタント」が公開します。また、女性の91%がマーケターや広告主は自分たちを理解していないと回答している(TheNextWebより)女性客向け販促についてもお話しできますので、小さな店舗や個人事業主の方にも好評です。



売上アップは簡単です!

☆講師紹介

マインドック有限会社 代表取締役 鈴木栄美子
新規集客・売上アップが得意分野の経営コンサルタント。
両親の不仲と、性格のせいか男女双方から本音を聞かされたことで、男女間の通訳が得意。その強みと心理と資金と時間管理の知識を融合させた独自手法で、企業の売上アップに貢献している。住宅施工販売、リフォーム、自動車販売、保険、投資商品、不動産関係、歯科医院、などの売上アップに実績があり、2ヶ月間で売上550%アップや半年で8000万円の赤字解消など、関わった企業の95.6%が経営改善（2009年3月調査）している実力派である。現在は「女性感情マーケティング」の推進に注力している。
また、社員への「翌日から実践」できる研修も強みとし、参加者のうち90.4%が満足と評価(2008年12月調べ)。
2004年 マインドック有限会社を設立。BSJテレビ、日本テレビ、フジサンケイビジネスアイ、雑誌などメディア出演多数。
実績は、シテイバンク・エヌ・エイ/ドコモ・システムズ株式会社/東大手外資系保険会社など。
商工会議所の講演で「有料で良いから個別相談をして欲しい」との要望が出るほどの実力派である。

☆おすすめセミナー①

(2時間)

女性に売って競争に勝ち！利益アップ戦略セミナー

- セミナー詳細
これからの消費ムーブメント/購入時の女性の影響力/売上を作り出す公式/男女の買い物脳を理解する/女性向け販促物の事例/チラシ改善例/ホームページ改善例/販売トーク改善例/【演習】女性客に自社商品を売り込む
- 参加者実績
・年間1名増加の女性客を3ヶ月間で15名に増加
・住宅施工の新規見込み客7倍
・縮小移転したペットショップなのに、売上約2倍など。
- 参加者の声
女性客にアピールするやり方・言葉が知りたくて参加した。事例が具体的でよかった。経営者が馬鹿なおかかげで、女性市場はガラ空き状態だって知ってた？
(様)
・女性集団作りへますます意欲が出てきた。女性は素敵でフレンドリーが長く続く。ビジネスも永続できると確信。
(株式会社 様)

☆おすすめセミナー②

(2時間)

利益が2倍になるマーケティングプラン作成法セミナー

- セミナー詳細
マーケティングプラン概要/簡単ビジネスモデル構築/顧客・商品・自社分析で競合に勝ち/顧客を創出する/売上をつくり出す/利益を最大化する/マーケティングプラン成功事例/顧客目線がカギ/【演習】自社の売上アップ
- 参加者実績
・広告費120万円カットして、集客人数1.5倍
・代理店制から直販販売に切り替えて売上と利益アップ
・顧客層の変更で月30万円の部門売上が2ヶ月で60万円
- 参加者の声
通常3割の成功率があれば良いコンサルティングで、なぜ95%も増益するのか。その謎がとけました。しかも、利益が残るように考えられているのが凄い。
(株式会社 様)
すぐ行動できるわかりやすい内容が素晴らしい。家にある専門用語の多い本を捨てちゃいました(笑)。
(様)

商工会議所作成資料などを「無料」でお送りします。今すぐFAXでお申し込みを！

お名前	ふりがな		
住所	〒		
貴社名		部署名	
役職名		連絡先電話	



マインドック有限会社

FAX

(24時間OK)

/ TEL

(平日10:00~17:00)

私が商工会議所向けに出した FAXDM です。

通常 0.001%の反応率と言われる FAXDM で、この FAXDM は、約 50%の商工会議所様から資料送付の許可をもらいました。資料を送った先には、電話で訪問する許可をもらいました。この FAXDM の最終受注率は1年間で7%です。

この FAXDM を見てわかるとおり、美的センスが問われる仕事以外なら高額商

品でない場合はコンセプトがちゃんと整っていればデザイン性が高くなくても商品は売れます。

まして、安さを売りにする一般商品なら、自宅のパソコンで作った広告で大丈夫です。

ただし！

- ① どこに誰に出すのか。
 - ② どの媒体に出すのか。
 - ③ どんなメッセージでアプローチするのか。
 - ④ どんな行動を取ってほしいのか
- などなどが、広告を作る前に決まっていないとダメです。

私のこの FAXDM の反応率が良いのは、

- ① 商工会議所のセミナー担当者に
 - ② メールは埋もれるので FAXDM で
 - ③ 「フジテレビや日本テレビにも出演していて、シティバンクやドコモシステムズでも研修した女性コンサルタントが無料の資料を送りたいと言っていますよ」とアプローチして
 - ④ 「FAX して、もらうだけですよ」と行動を指示.
- というニッチな対象に、メリットいっぱいリスクのない提案をしているからです。

こういう顧客視点が定まっていれば、あとは作るだけで反応率の高い広告になります。

あなたに結果を出してほしいから

しかし、ここからも難関が待ち受けています。

それは、キャッチコピーを作り、写真を撮影し、読みやすく見やすいデザインを作ること。文章も対象者に合わせることです。全部が整って結果になる法則があるのです。

たとえば、

- ・キャッチコピーはサブキャッチコピーを読ませるためである。
- ・サブキャッチコピーは、その下の文章を読ませるためにある。

です。

全部をお伝えするにはレポートでは不十分です。

だから、サービスで「売れるキャッチコピー」の例題を並べておきます。

- ・世界初の 3D テレビ
- ・告白！元探偵が教える浮気を見抜く方法
- ・〇〇で失敗しないための 7 つの自己防衛策
- ・新技術のテクノロジーを使った〇〇を発売
- ・売れる営業の鉄則
- ・なぜ、あの人は 10 歳なぜ若くみられるのか？
- ・続ける技術
- ・今週の売上ベスト 10！
- ・〇〇を買って得する人、損する人
- ・〇〇部門で第一位
- ・3 年連続 NO. 1！大人気です！
- ・売上 NO 1 の〇〇
- ・なぜ君は絶望と戦えたのか
- ・社員のモチベーションは上げるな
- ・なぜ目標は達成されないのか？
- ・金持ち父さん、貧乏父さん
- ・〇〇をして成功する人、失敗する人
- ・なぜ頑張っている人ほど上手いかないのか？
- ・3 本買ったなら 1 本タダ
- ・先着〇〇名様だけに 30%OFF
- ・お客様満足度は上げるな
- ・成功するのに、目標なんかいらぬ

チラシについては、売れるテンプレートもご用意してありますが、これは、チラシ作成のセミナー開催時に全てお伝えした後にお渡ししています。

ですので、我が社のホームページやブログのチェックは欠かさないでくださいね。

では、最後に広告を作る前にチェックする項目をお知らせしておきます。最低限、これはチェックしてから広告作成にかかりましょう。

集客できる広告・自己チェック

- あなたの希望する売上増加額または売上額はいくらですか？
- それによって成し遂げたいことは何ですか？
- 広告の配布媒体は何ですか？
- 広告の配布地域はどこですか？
- 広告の配布数はいくつですか？
- 広告の配布日時はいつですか？
- ターゲットはどんな人ですか？
- 最終的に何を売りたいのですか？
- 集客の目的は、新規・既存・休眠客の復活・リピート？
- お客様への行動要請はありますか？
- 競合はいますか？
- 競合との差別化要因はありますか？
- 典型的な顧客の生涯価値（LTV＝ライフ・タイム・バリュー）を知っていますか？
-

以上 13 項目です。これが最低ラインですから、目的によってはさらに増してください。

終わりに

さて、ここまで読んだあなたは、これで成功への一步を踏み出しました。
おめでとうございます。

きっと、あなたは、会社のことを真剣に良くしたいと考えている社長さんです。そのうえ勉強熱心ですから、成功者の素質をたっぷりと持っていらっしゃる方です。

だからこそ、「広告を出して集客した後は、どうしていけばいいのか」、「売上を増やすのに、どうしたら良いのだろう」 そう日々悩んでいませんか？

そういった悩みを解消するために、セミナーやコンサルティングがあります。

ぜひ、弊社のセミナーに参加してください。
お急ぎの場合は、直接コンサルティングにお申込みいただくことも可能です。

悩んでいても時間ばかりが過ぎていきます。
時間は取り戻すことができませんから、即断即決で行動しましょう。

推薦者の声

■朝日広告賞特別賞受賞の田中 美絵様からの推薦



シャネルの新聞広告にて朝日広告賞特別賞、ワコール社 STUDIO FIVE ブランドカタログにて日本印刷部門賞をたびたび受賞する。また、女性誌・新聞を中心に、インタビュアー・ライターとしても活躍。朝日新聞朝刊求人欄「仕事力」「あの人とこんな話」など、これまでに取材した相手は1000人を超える。

～田中 美絵様からの一言～

一言なんてね、一言でお伝えできる人じゃないんですけど(笑)。
鈴木さんは、初めて足を踏み込んだところでも、一瞬にして場を驚づかみにするような強いアテンション力を持った方です。

会議であろうが、ミーティングであろうが、食事の席であろうが、鈴木さんがやってきたら空気が変わる。

声がハッキリしていて、よく通るせいもあります。

でも、それ以上に「本音」を話していることがたちまちわかる直球力が魅力なのです。

あ、この人信じられると思えます。

仕事が好きで、人を元気づける先天的な才能があるうえに、実に多くの勉強を重ねている。人生経験を積んでいる。

そのバックボーンの大さき、深さ、そして考え方の的確さが、目の前にいる人に理解され、納得され、共感させる底力です。

若い女性も、キャリアの豪腕も、生意気な青年も、融通が利かなくなった昔の青年も話しに引き込まれるうちに、論理にうなずいている。どのセクションの人も、相談にのってもらいたくなるでしょう。きっと現場が変わる、現場が動く、働く人の気持が熱を帯びてきます。

マインドックの提供するサービス

どこの会社でも「社長の能力一番高い」のが普通です。

ですから、従業員でも売上アップできる仕組みを作らないと、従業員のパフォーマンスがあがらず、社長がいくら一人で悩んでいても状況は良くなりません。

まして現代はインターネットの進化が早く、マーケティングの法則も短時間で劇的に変化します。

社長が一人で悩むのは時間の無駄です。

「あなたの頼みたい」という個人客を 2 倍にすることで、貴社の売上をアップするのが得意な弊社にお任せください。

コンサルティングご希望の方は、コンサルティングのページをご覧ください。そのうえで、売上アップ判定・個別面談にお申し込みください。



売上アップ判定個別面談 ※コンサルティング希望者、毎月 2 社・初回のみ

優良顧客を集客してクライアントの 87.8%を増益させてきた鈴木が、貴社の問題点を明らかにして、集客人数アップ、売上アップが可能かどうかお答えいたします。

コンサルティングを希望されるお客様に提供しているサービスです。

能力の高い経営者様なら、この面談だけで、即改善して売上を上げることができるお得なサービスです。

なお、コンサルティングは、毎月 1 社のみとさせていただいています。同業者の方は 1 地域 1 社しかコンサルティングいたしませんので、貴社の地域と業種によっては、個別面談自体をお断りする場合がございます。

ご了解ください。

コンサルティング希望の方は、下記 URL をクリックしてご覧ください。

<https://bestmindoc.com/consulting/>

マインドック株式会社 代表取締役

鈴木 貴子

あなたの逃している91%の売上を取り戻す真の決済権者攻略ノウハウ 女性感情マーケティング

マインドック株式会社 代表取締役 鈴木 貴子

〒160-0023 東京都新宿区西新宿 5-1-17-404

TEL:050-3736-8661 FAX:03-6862-5930

URL: <http://www.bestmindoc.com/> Mail: taka@bestmindoc.com