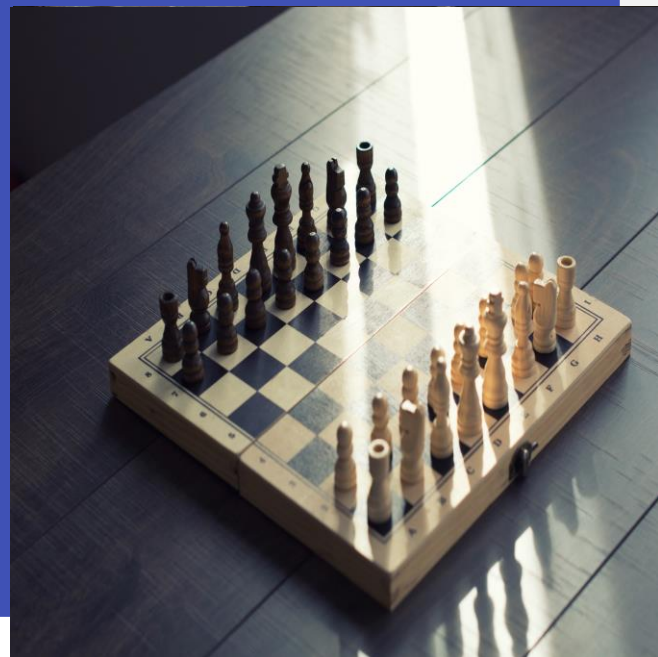


9割増益コンサルティング

あなたの増益のために必要なこと
マインドック

コンサルタントの選び方
コンサルティング効果の出し方
解説PDF



選ぶ基準がわからない



コンサルタントを頼みたいけど選ぶ基準がわからないね

そうですね。どうやって選びましょうか？



いくつか考えたから共有しますね

はい、一緒に観ていきましょう



基準は7つ



実績と専門性



信頼性と評判



実行支援と
フォローアップ



データ分析に
基づくか



費用対効果の評価は
許容範囲内か



コンサルタントの手法が
自社に合っているか



コミュニケーションの
質は合っているか

実績と専門性

実績のあるコンサルタントを選ぶ

具体的な成果を示しているコンサルタントを選びましょう。例えば、売上が2倍になった事例や、クライアントの集客数を増やした具体的なデータを確認することが大切です。

あなたのビジネスが属する業界（BtoB、BtoC、サービス業など）に精通しているかどうかも重要ですが、集客も販売も昔と違ってきていますから、他業種のノウハウを取り入れて成功の確率を上げるために多種類の業界に対応できるコンサルタントも検討しましょう。

誰を選ぶにしても、あなたのニーズこそが重要です。あなたに合った提案ができるコンサルタントがどうか確認して選びましょう。



信頼性と評判

ホームページと問い合わせで確認

すべてのプロセスやコストに透明性があり、コンサルタントがどのようにコンサルティングを行ったか。クライアントからのレビューや推薦を確認し、信頼性があるかどうかを確認しましょう。

実行支援とフォローアップ体制

実行できない提案は無意味

コンサルタントが単に戦略を提案するだけでなく、その戦略の実行までサポートしてくれるかがポイントです。集客施策は実行後の調整や最適化が必要です。コンサルタントがどの程度実行支援をしてくれるか確認しましょう。



データ分析に基づくか

データは数値化も大切

成果を出すためには、感覚や経験だけでなく、データに基づいた判断が必要です。広告効果測定ツールなどを駆使して、キャンペーンの効果を正確に測定し、次のステップを提案できるコンサルタントは信頼性が高いです。月間の集客数、コンバージョン率、リピート率などの具体的な数字で目標を共有できるか確認しましょう。

費用対効果は許容範囲内か

コストに見合う成果が期待できるか

コンサルタントにかかる費用が、期待される成果に対して適切かどうかを評価することも重要です。安価すぎると実行力やサポートが不十分な可能性があり、高すぎると費用対効果が得られないリスクもあります。

実績に見合った料金設定かどうか確認しましょう。そのため、成果報酬型や段階的な支払い条件の提案をしてみることも重要です。



コンサルタントの手法が 自社に合っているか

手法が明確であること

コンサルタントの集客戦略が具体的で、なぜその手法が効果的なのかを説明できるかどうかポイントです。

「どうしてその方法が集客や売上に繋がるのか？」という論理的な説明が重要です。提案された集客方法が自社のビジネスモデルや顧客層に合っているかの確認も必要でしょう。

この点において、マインドックは完璧に説明するために独自のフレームワークを使用していますので、ご安心ください。

コミュニケーションの質は合っているか

理解力と相性を確認しよう

あなたのビジネスの独自性や課題を正確に理解しているか、迅速にレスポンスをもらえるか、定期的に報告があるか、あなたが必要な情報を適切に提供してくれるかなどを確認します。

相性も重要で、意見交換がスムーズに行える関係を築けるかは、プロジェクト成功のカギです。



選ぶ時点で勝敗が決まる



集客コンサルタントを選ぶ際は、実績、信頼性、手法の具体性、実行支援とフォローアップ体制、データに基づく提案、費用対効果、コミュニケーションの質を重点的に評価することが重要です。



クライアント側に お願いしたいこと

共に実績を積み上げ成功するために

礼儀は必要・隠し事は厳禁

1. オープンマインドで提案を受け入れる



コンサルタントが提案する新しい戦略やアプローチに対して柔軟に受け入れる心構えが必要です。

特に、成功体験や従来のやり方に固執せず、効果的な新しいアイデアに対して前向きに対応する姿勢が大切です。

2. 現状を正直に共有する



コンサルタントが正しい提案を行うためには、会社の現状や課題、過去の集客施策の結果を正直に共有することが不可欠です。問題点や失敗経験を隠すことなくオープンに話し、現在抱えている課題を明確に伝えることが、的確なアドバイスを得るための鍵です。

未来と事実だけが変えられる

3.明確な目標を持つ



目標は数値で測れるようにするのが理想です。例えば、「月間集客を〇〇件増やしたい」「リード獲得数を50%増やす」など、測定可能な目標を設定することで、コンサルタントとのコミュニケーションがスムーズになり、進捗を追跡しやすくなります。

4.現実的な期待を持つ



集客施策は、一部を除き、すぐに大きな成果が出るものではありません。また、一度で完璧にうまくいくとは限りません。いくつかの施策を試し、その中で効果があったものを最適化していく過程が必要です。コンサルタントと共に試行錯誤を繰り返しながら最善の策を見つける心構えが大切です。

経営者は冷静さが重要

5.長期的な視野を持つ



新しい集客施策を導入する際、一時的な失敗やコストがかかることは珍しくありません。そうしたリスクを恐れず、長期的な成長にフォーカスして取り組む姿勢が必要です。そのため、結果が出るまで辛抱強く取り組み、提案された戦略を一貫して実行する姿勢が求められます。

6.協力的な姿勢を保つ



コンサルタントにすべてを任せるだけでなく、自分も一緒に考え、協力してプロジェクトを進める姿勢が必要です。コンサルティングは「外注」ではなく、共同作業であるという意識を持ち、協力しながら進めることで、より良い結果が生まれます。

より良い結果を求めて協力し合う

7.適切なリソースを用意する



リソースがなければ何もできません。どの程度のリソースが必要かを確認して準備をしておきましょう。また、スタッフがいる場合は、全員がコンサルタントのアドバイスを具体的に実施するために、社内のスタッフとコンサルタントがスムーズに連携できるよう、内部のコミュニケーションをしっかりと整えることが大切です。

8.フィードバックを受け入れて実行する



コンサルタントは、時に途中で依頼者が気づいていない問題点を指摘し改善を提案することがあります。その時にコンサルタントからのフィードバックを真摯に受け止め、常に改善して可能性を広げる意識を持つことが大切です。

最善を求めて自分を律する



オープンマインドでいること、協力的な姿勢を持つこと、現実的な期待を持つこと、そして長期的な視野で取り組むことが特に重要です。

また、コンサルタントが提案する戦略を実行するために必要なリソースを確保し、フィードバックを前向きに受け入れる姿勢を持つことも、成果を最大化するための鍵です。

マインドック 代表 鈴木栄美子



2001年独立。独立前に数社の企業再生をしていたので意気揚々と独立するも売上不足でカードローンを借りる生活になる。そのため、神田昌典氏の顧客獲得実践会に入ったが、一般的なフレームワークが使いづらく苦戦。2003年 実践心理学・脳の使用説明書と言われるアメリカNLP協会認定・NLPトレーナー資格取得。企業研修やコンサルティングの仕事が入りようになり、心理スキルとビジネススキルを統合してクライアントとの問題解決に奔走するようになり、2004年に会社設。

エニアグラム、プロセスワーク、EQ、リアリティセラピー、インナーチャイルドワーク、アメリカで特許取得のMERなどとビジネススキルを統合して独自のフレームワークを完成。順調に売上を伸ばして、これまで、建設業から教育機関まで78業種以上、大企業から起業家までを100社以上をコンサルティングして9割増益させる。

フジテレビ、日本テレビからラジオに出演。雑誌や新聞にも取り上げられる。が、60歳を機にいったんセミタイヤを実行。2023年に再稼働開始。

ミッション・ビジョン

9割増益集客コンサルティングで、あなたの売上を大幅にアップさせ、人生を楽しむ人を1万人作りだすこと。

実績

- 地域密着の水道屋の売上を月商300万円、1年後年商4000万円に。
- 工務店の売上を6000枚のチラシ配布で1月後1000万円、1年後5億円に。
- 3万円しか売れない情報商材を月商400万円に。
- 営業教育会社の集客人数を60倍に。
- カウンセリング会社の売上を1ヶ月で131%アップ。
- 10分の1に縮小移転のペットショップの売上を2.1倍に。
- NPO法人の活動資金を1ヶ月で3倍に。
- 不動産会社のDM改善で反応率0.13%→0.68%と約5.2倍にアップなど

フジテレビ・日本テレビに出演



お役立てください。



マインドック 代表
鈴木栄美子

このPDFが、あなたの集客と売上アップに役立つと嬉しいです。

私は2001年に独立して、これまで多くのコンサルタントの方々にお世話になっています。その中には素晴らしいコンサルタントの方もそうでない方もいました。そんな私の経験から、このPDFを作成いたしました。どうぞ、ご活用ください。