

# 福来(笑)売

わっはっは〜  
ふくらいしょうばい

平成 18 年 10 月発行  
第 5 号



コロブスのたまごを探して！  
(ヒット商品は、案外身近にある！気づいていないだけ〜)  
100 円玉の代わりにアイデア、  
情報、ノウハウを入れると一つ  
一つ楽しいテーマがこぼれ落ち  
てくる..

コロコロ..

## 今月のワクワク笑点

- ★説明なしで売れる条件！
- ★事例！売りにくい業種で売る
- ★ウェブマーケティング
- ★クライアントさんの声
- ★お知らせ      ★編集後記

先日、日経新聞を読んでいたら、「団塊の世代が都市部から軽井沢などに移動している」という記事を見ました。日本もぼちぼち民族大移動が始まる前兆なのでしょうか..  
アメリカでは、すでに 60 歳以上の人達が



↑ラスベガス  
ホテル

ニューヨークやロサンゼルス  
の大都市からフロリダ・ラスベ  
ガス・デンバー・ハワイなどに  
移動を始めているので、この  
地域の地価は、物凄く値上が  
りしています。好まれる共通  
点は以下の 4 点です。

- ① 交通の便利がいい
- ② 気候がいい
- ③ アミューズメントが充実
- ④ 病院等医療機関の充実

日本も通信環境が充実してくると、必ず地  
方が脚光をあびるようになるでしょう。  
その時、重要になるのが上記の 4 点です。

先日、ハケ岳で不動産を売却することができ  
ました。私どもは、不動産のサイトを作っているわ  
けではなく、まして不動産の看板を出し、店舗が  
存在するわけではないのです。でも売れたので  
す。売れた理由は..私どもの管理しているケン  
ハウスさんのホームページに、ハケ岳はいいと  
ころですよと物件案内を載せていたからで  
す。たったそれだけです。

売れた理由は、ケン  
ハウスオーナー(⇒)  
の人柄と、こよなくハ  
ケ岳を愛する純粋な  
トークだと思います。  
多分、不動産屋さん  
では売れなかったで  
しょうねー。



↓絵に描いたような絶景とはまさにこのこと、です。



この草原を思いっ  
きり走  
ってみたいですね。  
←



みなさん、ここを参考にしてください。  
本業だから売れるのではないのです。素人が情  
熱を発信すれば本業を取り巻くものが、連鎖的  
に売れるのです。今後もケンハウスオーナーの  
信用度を使って、ビジネスモデルを作っていこう  
と思います。最後に..ビートたけしは、芸人として  
成功しているから、映画監督をしても「注目され  
脚光を浴びるのだ」と言っていました。ケンハウス  
オーナー間違っても、ペンションをやめたらただ  
の人ですよ。(義父なのでごかんべん)  
本業の信用度が、副業に生きてくる...

## 事例！売りにくい業種で売る

一般的に「予防ビジネス」は、アプローチが難しい・・・といわれています。

例えば、歯医者さん。痛くなれば行きますが、予防や定期健診で行く人は少ないと思います。

それは、検診の必要性（ニーズ）はあるけれど、ぜひ検診したい！という欲求（ウォンツ）が無いからです。

しかし、仕組みをキッチリ作って、繁盛している歯医者があります。今回はその秘密をレポートしましょう！

### <繁盛アクション1>

歯医者さんは通常、治療後に「定期健診」の案内をします。しかし、ほとんどの人は行きません。（車の点検整備も同様ですね）  
要は（今すぐという）緊急性がないのです。

そこで、A 歯科医院では、患者さんに直接電話しました。1 カ月行って **13, 9%** の来院率でした。率は悪くありませんよね。

しかし、A 歯科医院はもっと巧みな戦略にしました。それは・・・電話する前に、ニュースレターとあいさつ文を送りました。その後、電話するという形に変えたのです。

今、ニュースレターを発行する歯医者さんが増えています。



すると**反応率は 2.5 倍の 35%** に跳ね上がりました。（凄いですねー）

### <繁盛アクション2>

反応率 35%の秘密は、電話トークの変更にもありました。ではトークを比較してみましょう！

変更前：「こんにちは、●●歯科と申します」  
「△△さんはご在宅でしょうか？」

変更後：「こんにちは」

「△△さんに歯の治療に来て頂いた●●歯科です。△△さんは、いらっしゃいますか？」

このトークで何が変わったか？・・・

それは家族の対応です。

変更前は、「△△は今はいません！」が多かったらしい。（居留守もあるでしょう）

要は、売り込みとを感じるわけです。

変更後は、電話に出た家族に「お世話になります」と言われるらしい。

後者は、「家族の△△が、以前世話になった歯医者からの電話」ですから、心理的にも粗末にできないと思うわけです。（もしかすると重要な用件・・・などと思ってしまう）

### <繁盛アクション3>

それはハガキを出す！という単純なことです。

#### ●●歯科医院からのお知らせ

去る●日迄、フッ素週間として、フッ素の塗布を行いましたところ、多くのお子さんに来院頂き、大好評でした。

そこで、一週間延長します！

以前来院されたお子さんにこのハガキを出していますが、ご希望の方へフッ素塗布を行います。●月●日までこのハガキが無料券となります。

どうぞお持ち下さい。

追伸、フッ素は、歯の質を強くし虫歯になりにくくします。15 歳くらいまでのご使用は、特に効果的です。

●●歯科医院

こういったハガキを、小学生を持つ家庭に郵送。テスト的に 100 枚出して、26 名が来院。そのうち 6 名が治療に移行。

つまり、反応率が 26%！治療への成約率が 23%！たったハガキ 1 枚でこの効果です。これで気を良くした院長は翌月も同じテストをしたら、100 枚のハガキで 22 名の来院です。（反応率が 22%）

こうなると 100 枚のハガキを増やせばどうなるか？察しがつきますよね？ちょっとした仕組変更が大きな結果をもたらしますよー

マスコミ掲載されると、一生涯広告やチラシに継続掲載できます。まさに永遠の販促効果！

# マスコミを活用して宣伝費ゼロで桁違いの反応を得る！捨てられない報道用資料の書き方

ポイント

記者だって人間だよ！掲載しやすい条件が揃うと“採用！”されるんだよ。

- ① 大前提：記者が記事にしやすいように記事風を書く（第三者的）に書きましょう！要は実際の新聞記事のように書くと良い。記者の編集の肩代わりをすると記者も楽できるから心が動く。
- ② A4版1枚にまとめましょう！2枚、3枚になると長すぎて見る気も失せます。
- ③ ダラダラ書きは禁物です。要点をピシッと書きましょう！（以下に書き方事例を公開）



こっちの方がいいな～

今月のウェブマーケティング

## 1: 基本的事項

- ① 左上に報道用資料と書きましょう！捨てられない為の第一歩策。
- ② 連絡先は、担当者と直通番号を明記。電話番号の間違いには気をつけましょう！

報道用資料

詳しいお問合せは  
 (株)ウェブ 担当鎌野達哉まで  
 電話：078-937-1210  
 担当直通 \* \* \* \* \*

## 明石初の本格的な「販促支援会」がスタート 経営者必読の繁盛策満載の小冊子も完成

### 2: 本文

- ① キャッチコピーを考えよう。ただし深入りは禁物！新聞記事に載ったイメージで端的に書く。

突然のFAX失礼致します。  
 私は「(株)ウェブ」の鎌野達哉と申します。  
 この度、全国商圏で500社を集客支援してきた、集客コンサルタント(●●)と株式会社ウェブ(代表 鎌野達哉)が業務提携し、地元・明石の経営者の「商売繁盛!!」のために販促支援会を誕生させました。

- ② 最初の3～5行で概要を説明し、全体像が明確になる話を！記者に最後まで読ませたいと思わせる。そのためには、具体的な数字を使うことも大事。

本文を簡潔にする7つのポイント！

「①話題性・②時事性・③地元ネタ・④意外性と面白み・⑤社会性・⑥公共性・⑦公益性」を必ず書き入れる。もっと詳しい実例文は、次号で公開。乞うご期待！！

⇒プレスリリースと仮定して⇒

## **感謝！感謝！感謝！クライアントさんの声～ありがとうございます。**

地域に分かりやすい医療情報を発信したくて・・・



医療法人社団 医仁会 譜久山病院  
譜久山 剛 院長

どうやったら、地域の人に最新の医療情報を広く知ってもらえるのか、以前から考えていました。目の前の仕事に追われ、ついつい月日がたっていたんですねー。たまたま明石青年会議所の委員会で鎌野さんと出会い、「ホームページは、管理して継続が大事なのでプロに任せた方がいいですよー。」と言われお任せすることになりました。ホームページを充実させたおかげで、看護師さんの応募があつたりします。また患者さんの生の声がメールで届いたり、思わぬ副産物がありました。病气やけがに対しては、患者さんにとって不安がつきま

といます。この不安を取り除く情報を発信することが、使命だと思います。今後もウェブさんと協力してもらい地域の人に分かりやすい医療情報を発信し、地域から愛される病院を目指します。

### **ご意見・ご感想を（別紙にて）お聞かせ下さい。**



たくさんのご意見・ご感想  
ありがとうございます。

みなさんの意見の数々ありがとうございます。参考にさせて頂き、すぐに実行します。「ホームページのコラムの書き方がわからない」との要望が多かった為、10月2・3日セミナーを開催することになりました。次回のイベントのためにもご意見をお聞かせ下さい。特典としてセミナー等の情報を真っ先にお知らせし、セミナー前の打ち合わせに参加してもらおうと思います。

### **ウェブからのお知らせ：**

10月1日より、平日朝9時から夕方5時までの営業となります。土曜日・日曜日・祝日は、従来通りお休みです。お正月・お盆休みは、前もって関係各位には、連絡する予定です。営業時間は、短くなりますが、中身を濃く集中的に仕事をしようと思いますので、今後ともよろしくお願い致します。

### **編集後記：**

部数も少しずつ増えてきました。ニュースレターを出すのも無理して部数を伸ばすのではなく、将来的に長くお付き合いしたい方のみにコツコツと出していく予定です。

ビジネスをする上のヒントになれば幸いです。ニュースレターはできるだけ「ためになる情報」が大事なので、情報の中身の充実に力を入れていこうと思います。義務にならないように心がけます。

集客のお悩み119番⇒ <http://www.plandoweb.jp/>

発行所：株式会社 ウェーブ  
発行人：鎌野達哉  
〒674-0051 兵庫県明石市  
大久保町大窪 286-1・1F  
TEL：078-937-1210  
FAX：078-937-0478