

士業が不況時代に生き残るための 新しい経営戦略・営業術

横須賀てるひさ 講師





■ 士業が不況時代に生き残るためには?

従来の方法を徹底強化することと新しい取り組みをすること

(1) 考え方をスイッチする

- (2) 既存の業務の獲得のてこ入れをする
- (3) 資格起業家ビジネスモデルという新しいメソッドを入れる。

横須賀てるひさの結論

従来の仕事を徹底的に効率化して取っていく。それ以外には新しいことをしかけていく。考え方のスイッチが最も重要なポイント。



今日から取り組むこと

業務・顧問を取る場合、取り組むことは原則としてたった2つ。

- (1) アナログ営業をルーチン化する。
- → 人に会うことを継続する。プロフィール・名刺を工夫する。ニュースレター・メルマガを継続する。
- (2) サイトをつくって、リスティング広告を出す。
- ※上記2つができてから、他の営業を試してみれば良い。その他の手段としては、客層を絞ったダイレクトメールなどがある。
- ※共通していえることは、「人に好かれること」と「メリット」にある。 → 例:お客様から見た士業 横須賀てるひさの結論

チラシ、ポスティングなど様々な営業方法があるが、プッシュしにくい士業の業務は、アナログ営業で分母を増やすこと、そして探されたときに見付けやすいこと。この2点が重要である。



アナログ営業を始める前の前提

人に会う行為を始める前に

- (1) 都会・都心部、ビジネス人脈でのアナログ営業の考え方。
- → 二度と会わない可能性が高いので、一度で覚えてもらう必要がある。
- (2) 地方、地域人脈でのアナログ営業の考え方
- → 何度も会う可能性が高いので、「営業」より「親切」を大事にする。
- ※地方都市での営業のポイント・・・経済同友会、全国中小企業団体中央会、商工会、商工会議所に所属し、帰属をつくる。その上で営業をしていかないと、つまはじきされる可能性がある。

実践ポイント

都心部、ビジネス人脈では、「○○の人」と覚えてもらえるように、業務・方向性を絞る。 名刺などに工夫をしよう。地域人脈では、地域で好かれるように各種の協力をしよう。



どのように人に会えばいいか?

月間ノルマは100名以上

- (1) セミナー、交流会に参加する
- (2) 飲み会を主催する(3人人脈交換飲み会)勉強会、交流会を主催する

重要な質問・・・「あなたのお客様はどんな人か?」「あなたのお客様はどこにいるか?」「あなたに仕事を紹介してくれそうな人はどこにいるか?」

会うべき客層・・・他士業、起業家、経営者、会のトップ、媒体を持っている人、デザイナー、コンサルタントなど。

サイクル・・・ <u>人に会う</u> → <u>ハガキ・メールでお礼</u> → <u>メルマガ・ニュースレター</u>

実践ポイント

ひとりでも多くの人に会う努力をし、それを継続しよう。3年続けると、仕事は楽になる。



■ コミュニケーションの考え方

コミュニケーションを円滑にするための基本ルール

- (1) 自分を売り込まない
- (2) 仕事を頼む、または頼みたいという「どんなときに仕事を頼めますか?」
- (3) リアクションを大きく
- (4) 親切にする

横須賀てるひさの結論

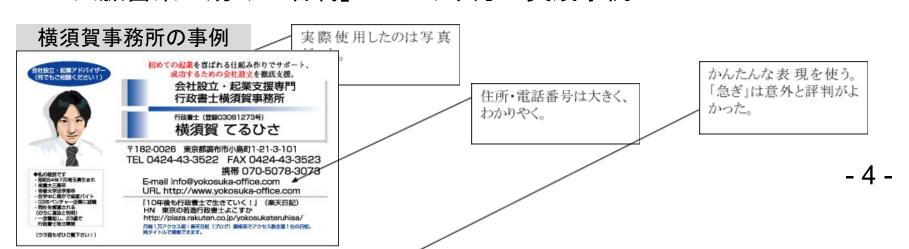
自分がされたらうれしいことを相手にすること。お金のつながりはお金で切れるが、人 つながりはそう簡単に切れない。



の



人脈営業に効く「名刺」のつくり方 実践事例





人脈営業に効く「はがき」のつくり方

当時最高の実績を載せ

資格業以外でもできること

た。

ハガキは出すが勝ち。

ハガキは出せば効果がある。50~80名にひとりはファンができる可能性がある。 名刺交換のあと、業務を獲得したあとにハガキを出そう。





■ メルマガ・ニュースレターを出す

メルマガ・ニュースレターの目的は、「忘れないでいてもらうこと」

- (1) メルマガスタンドを使用して、メルマガを配信する。
- → まぐまぐ! (無料)、J-city(有料)、集客王子(有料)など
- (2) ニュースレターを発行する
- ※参考 菊原智明氏著書「訪問しないで売れる営業に変わる本」(大和出版) 木戸一敏氏著書「なぜか挨拶だけで売れてしまう営業法」(大和出版)
- ※内容は、お客様の役に立つ内容と、あなた個人のこと。

実践ポイント

人に会う→ハガキを出す→メルマガ・ニュースレターに登録する。あとはこのサイクルの量を こなすだけ。これを継続してできれば、仕事には困らない。



商品告知力を高めるためのインターネット・マーケティング

ネットマーケティングの大原則

- (1)成約率、販売率の高いサイトをつくる
- (2)アクセスを集める

横須賀てるひさの結論

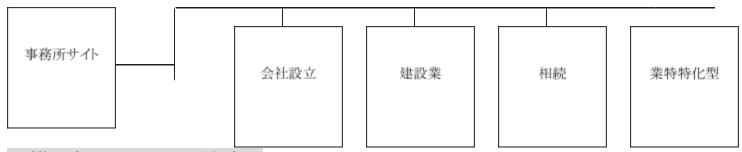
士業のネットマーケティングは、(1)問い合わせしやすいサイトをつくること、(2)リスティング広告を適切に出稿すること。基本的にはたったこの2つだけ。



資格業の仕事を取るためサイト制作の方向性

業務特化型サイトか、事務所サイトか

行政書士の例



横須賀てるひさの結論

行政書士、司法書士などの資格から仕事内容がわからない士業は、業務特化型のサイトをつくる。「特許事務所」「税理士事務所」などは特化しなくても仕事は取れる。また、ホームページ制作はなるべく依頼しよう。



仕事が取れる基本テンプレート



会社設立サービス 行政書士事務所

0 1 2 0 -××—×××

	覧 お客様の声	工	□ 提携専門家 □	. U - ^ / ^ 料金表	無料相談
●メニュー・サービス一覧・お客様の声・事務所概要・提携専門家・料金表・アクセス・無料相談	○事務所PR ○事務所PR ○顧客対象 ○お客様の声 ○今すぐ依頼され ○サービス 1 ○サービス 2			=-,	



業務獲得サイトのアクセスを上げる

業務獲得に有効なのは「きてもらうアクセス」を集めること

- (1) ヤフーリスティング(オーバーチュア)にネット広告を出す(<u>http://listing.yahoo.co.jp/</u>)
- (2) アドワーズに出稿する (http://adwords.google.co.jp/)





商品成約能力・告知力を高めるのは、コミュニケーション能力

成約・告知能力を高めるために重要なのは「コミュニケーション」

→ どんなにたくさんのお客様を集めたとしても、うまく自分のことを知ってもらえなければ、意味がない。好印象を持ってもらわなければ、意味がない。成約できなければ意味がない。

商品成約能力を高めるための3つのポイント

- (1) 電話対応のレベルを上げる
- (2) メール対応のレベルを上げる

(3) 商談力のレベルを上げる

アポを取るための重要な三大要素

(1)「無料相談」(2)「依頼を決めないでいい」(3)「資料をご用意しています」



商談の成約率を上げる方法

成約率を高める4つのポイント

- (1)段取りを最初に伝える
- (2) 専門用語を極力使わない
- (3) 余裕を持つ
- (4) 事務所案内を充実させる(お客様の声、プロフィール、実績、手続きの流れなど)
- (5) 仕事以外の話もしよう
- (6) 最後に「何か気になっている点はありますか?」

横須賀てるひさの結論

段取りを先に伝え、依頼決定権をお客様に譲るのが最も成約率が高い方法。



士業のビジネスをより進化させるために「資格起業家メソッド」

資格についてもっと深く知ろう

- (1) 仕事の幅が極めて狭いのにも関わらず、能動的に売りにくい
- (2) 時間がかかる仕事が多く、しかも低料金化し、競争が激化してきている

ビジネスモデルを進化させるには?

- (1) 士業ビジネスでのアナログ営業、ネット営業の基盤をつくる
- (2) 士業ビジネスと相乗効果が得られるビジネスを新しくつくる



横須賀てるひさの事例

(1) セミナー事業

セミナー収益 → 士業としての認知 → 業務・顧問獲得、紹介

- → セミナーによる収益確保と広告活動が可能になる
 - (2) コンテンツ事業
- CD·DVD販売の収益 → 士業としての認知 → 業務・顧問獲得、紹介
- → 物販による収益確保と広告活動が可能になる。時間も取られにくい。
 - (3) コンサルティング事業
- CD·DVD販売の収益 → 士業としての認知 → 業務・顧問獲得、紹介



資格起業家メソッドはセミナーから取り組もう

横須賀てるひさの結論

先に収益を得ながら士業の告知活動ができる「資格起業家メソッド」は、まず「セミナー」から取り組む べき。

セミナーのメリット

- (1) リスクが少ない
- (2) お客様と近い距離で接することができる
- (3) 収録して販売することもできる



■ セミナー集客の考え方と実践方法

ブログに書いたくらいでは、お客様は集まらない!

セミナーの基本的な考え方・・・顧客リストに対して、案内を送る

- (1) 紙媒体・・・名刺、名簿、タウンページなどのリストに対してダイレクトメールを送る
- (2) ネット・・・メールアドレスのリストに対して、メールでお知らせをする

マーケティングの基本・・・(1)集客(リスト集め)、(2)アプローチ・フォロー、(3)成約、 (4) リピート・紹介

実践ポイント

ネット、アナログ、どちらか得意な方を選び、ダイレクトメールを出す。



■ 横須賀てるひさからのメッセージ

重要な質問「

目的「

今後の士業は・・・

ご静聴ありがとうございました!

横須賀てるひさ

【免責事項】

本講座は、資格を活用して収益を上げてもらうことを目的としますが、本カリキュラムは受講者の収益を上げることを保証することはいたしませんので、あらかじめご了承ください。また、受講者のビジネスで生じた損害等はいかなる場合も負いかねます。また、本教材に掲載されている事例をそっくりそのまま真似せず、応用することを心がけてください。また、各事例の会社様にも著作権がありますので、そのまま使用することはおやめください。

本教材の著作権は、株式会社パワーコンテンツジャパン並びに横須賀てるひさに帰属します。複製、改変、転載、ネット 上への送信及び公開等の行為は禁止しています。違法に複製などを行った場合、損害賠償等の対象になり、また刑罰の対 象にもなりますので、ご注意ください。

経営天才塾

士業が不況時代に生き残るための新しい経営戦略・営業術

2008年10月1日 第1版第1刷発行

2009年3月1日 改訂

2010年2月1日 改訂

著者 横須賀てるひさ

発行者 経営天才塾&株式会社パワーコンテンツジャパン

Copyright 2010 by Teruhisa Yokosuka & Power Contents Japan inc. All Rights Reserved

