



今回はいつもと違うスタイルです！

新規顧客を開拓するために、今年2月からダイレクトメール（DM）の送付を計画。4月からスタートして現在も継続しています。 DM の作成は、帰宅して夕食が終わったあとの時間と土日祝で行っています。先月はニュースレターを作成する時間がなく、いつもとは違うスタイルに変更させていただきました。定番スタイルを楽しみにされている方々には申し訳なく思っています。どうかお許しください。



友人・知人が少なく、経営者が集まる会（〇〇同友会とか〇〇塾、〇〇クラブ等）にも入っていないので、経営者に向けてコンサルティングを PR する機会がありません。ホームページのリニューアルも考えましたが、今回は DM を送付して、興味を持っていただいた経営者との接点を作ることにしたのです。

DM やチラシは開業当初から顧客提供用と自分用という形で作成していましたので、知識やノウハウは蓄積されています。当初は、コンサルティングをストレートに提案する内容でしたが、反応がありません(苦笑)。**読まれる方（経営者）の気持ちを考慮して提案内容を変更し、DM の文章も修正するなど、試行錯誤を繰り返していました。**現時点でコンサルティングメニューのひとつであるプレスリリースの作成・配信について提案し、無料相談をお薦めする形式にしています。

4月初めから9月末までの期間を見ると、反応率が16.7%で、訪問率が12.5%でした。分かりやすく言えば、100社にDMを送ったと仮定して、16.7社から連絡があり、12.5社を訪問できたことになります。ちなみに、上記の数字はDM やチラシの世界では有りえないものです。業種業態によって違いはありますが、1%を下回ることが普通です。例えば、新聞に折り込みされている不動産や住宅のチラシの場合、0.01%~0.05%が当たり前。つまり、1万枚のチラシで1~5人の問い合わせしかこないという世界なのです。

さて、お問い合わせをいただき、会社を訪問してプレスリリースの作成・配信のメリットをお伝えした結果、契約寸前までいった会社がいくつかありました。ただ、双方の事情により締結には至りません。残念な部分もあるのですが、たくさんの気づきと学びを得ることができたことについては良かったと考えています。ゴルフで言えば、バーディパットを外しまくっている感じです(苦笑)。**確率的に考えれば、もうそろそろ契約が取れそうな予感がします。ひとつ契約が取れると連続するようなイメージを持っています。**

11月はDMの送付数を増やす予定です。肉体的にも精神的にもしんどいのですが、なんとか乗り切りたいと考えています。次のニュースレターは通常スタイルに戻します。では、今月も前向きで行きましょう！