

～インターネット集客が苦手な人のための～

DM 集客を成功させるために抑えるべき 12 のポイント

初めまして。

この度は、DM 集客を成功させるための 12 のポイントをダウンロードいただき誠にありがとうございます。

今回、お伝えするノウハウは、食えない士業代表資格と言われる「行政書士」がアメリカで生まれたダイレクトレスポンスマーケティングを学び、実践したらどうなるか？

を実験し、実際に効果が実証された DM 集客方法から厳選した重要ポイントです。

実験地域は、人口約 55 万人の地方都市です。

実験対象は、行政書士事務所。

結果は、296 通（経費約 3 万円）の送付で利益 107 万円。

行政書士だけでなく、業種業態を問わずに適応する DM 集客ノウハウです。

また、今回は DM ですが、インターネットであろうと訪問営業であろうと原理原則は同じです。

このポイントから集客の本質を学び取り、自社の売上アップにつなげてください。

ただし、注意点！

大事なのは「行動」です。

学び、理解し、**行動する。**

学んで、とにかく DM をやってみる。

そして、見えてくる課題を改善して、テスト繰り返しながら効果を上げていく。

一回で上手くいく魔法のようなノウハウはこの世にありません。

とにかくまずは、やるかやらないか。

集客できる会社と、出来ない会社。

その差はノウハウや実力よりも「行動力」にあります。

その点をしっかり理解してスタートしましょう。

では、参りましょう！

早割

建設業許可更新のお得なご案内

5年ぶりに来ました!! 建設業更新手続き… 楽に安く出来る方法を知りたくありませんか?

建設業許可更新という面倒で苦手な事務作業…

「また来た! めんどくさい!! 事務とか苦手や…」 「忘れとったわ…」

任された従業員はこう思っています。

「5年に一回のことに振りまわされたくない! 他で忙しい! やり方忘れた…」



めったにやらない
更新手続きなんて、
安く外注できたら
めっちゃ楽なんやけど。
でも..

代行をお願いしよう! でも、高い!!

最近、お客様から「高すぎる!」と言われることが増えました。更新代行サービスの一番のメリットは、面倒でストレスのかかる更新事務作業から社長や従業員が解放され、「安心して、他の大事な仕事に集中できる」ことです。

しかし、そんなメリットが分かっているのに、高すぎる! 出来れば、安くお願いしたい! なんて思いませんか? じゃあなぜ「高い」と言う声が増えてきたのでしょうか??

DM サンプル

代行業も楽になった。でも価格は昔のまま??

私たちの行政書士業界も大きな変化を迎えました。手書きの時代は終わり、パソコン、電子申請の時代へ。業務効率は上がり、楽になりました。そうして環境は変わったのに、変わらないものがあります。それが「報酬」です。おかしいですよね? お客様が「高い」と感じるのにはちゃんとした理由があるんです。そこで、私たちは決断しました。それが…



業界初!! 適正価格の見直しと、早割サービスの導入!

早割
「早め」の予約が
お得です。

今回、覚悟を決めて適正価格を見直そう! と決断しました。

私たちの使命は、正しい価格で、便利なサービスを提供し、本当に大事な仕事に集中する時間と安心を一人でも多くの方に提供することです。

さらに今回、業界初の「早割」を導入しました。

早くからご準備いただくお客様には、私たちがよく助けられます。

そんな感謝の気持ちから生まれたサービスです。今すぐサービス内容をご覧ください。お問い合わせください。

「早割」について
詳しくは裏面を
ご覧ください。

弊所は、開業から14年、姫路の阿保という場所で営業させていただいております。これまで本当に様々な案件に携わってまいりました。私たちは許可の専門家です。些細な事でも、お気軽にお問い合わせください。

神戸行政書士事務所 ☎0120-75-9575 (遠隔無料)
〒670-0944 兵庫県姫路市阿保216-1 TEL079-283-2323 MAIL: Info@sakakibara-office.com



代表 榎原 勇

建設業許可更新代行サービスのご案内

69,200円は、行政書士会発表の平均代行費用です！

■ 更新代行サービス(税別)

サービス内容	代金
【通常サービス全部お任せお申し込み】 更新に関する手続きをお任せ、書類収集、申請書作成、提出、受取 (役員3名まで大企業、1名追加ごと3,000円追加)	69,200円 <small>この値がお得!</small> 9,200円お得! → 60,000円 <small>さらにお得!</small>
【早割90】 許可期限90日以上前お申込み	20,600円お得! → 48,600円
諸費用 <small>紙代 書類取得費等</small>	51,200円~
合計	99,800円~

決算変更届は、毎年提出が法定義務です。提出していますか？

未提出の場合、上記金額とは別で20,000円~30,000円/年が必要となります。

早割

「早め」の予約がお得です。

■ 適正価格早割代行サービス ■

お客様のこんな声から生まれました!

- 会社謄本や納税証明…、書類集めも全部やって欲しい。
- 忙しい!! 他にやることいっぱいあるのに…
- もっと代行してくれる費用が安ければいいのに…
- 色んな役所で書類集めが面倒!! それだけお願いできる?
- 期限内に合うか不安!超特急でお願いできる!?
- 早くから予約するから、特典ない?
- とにかく全部お任せしたい!

ご希望サービスにチェックを入れてください。

通常 早割90 決算変更届 とりあえず一度相談したい!

貴社名 (担当者様名:)

ご住所

ご連絡先電話番号

FAX

FAX 079-260-6388

FAX

0120-75-9575 (通話無料)

許認可は、国が認めたの許認可のプロ「行政書士」にお任せください!

メールのご相談は Info@sakakibara-office.com

神原行政書士事務所 〒670-0944 兵庫県姫路市羽保甲216-1
TEL.079-283-2323

実際に許認可代行サービスを利用したお客様の感想は？



株式会社宇鷹建設 宇鷹社長 (事業内容:建設業、土木工事)

依頼して良かったです。

DMが届いたのがきっかけで依頼しました。いつもは自社で手続きしていましたが、今回は忙しくて手が回らないので値段も安かったしお願いしました。住民票など書類集めも全部やってくれましたので、非常に楽で安心してお任せできたのが一番良かったです。

有限会社大野設備
大野様
(事業内容:建設業、土木工事)

安いの、楽やったわ!

20年近く他の行政書士へ依頼してたんですけど、安かったのをお願いしました。前は、住民票とか自分で取らないと面倒で、全部取って来てくれて、安いの、前よりも楽でした。



有限会社さくらクリエイティブ 赤松社長
(外壁サイディング工事業、リフォーム業)

スムーズに対応して頂きました!



こちらの要望や目的をヒアリングしながらうまくまとめてくれて助かりました。書類作りのスムーズで、ありがとうございました。

橋本造園土木株式会社 橋本社長 (造園業)

丁寧に対応してくれて良かったです。

DMをきっかけに、更新、経営事項審査、入札関係一式など手続き関係全てをお願いしました。質問等に丁寧に答え、対応していただき良かったです。



昇進美化企業組合様
(事業内容:一般・産業廃棄物収集運搬業)

また、お願いしたい!

DMを見て依頼しました。これまでは、全部自社でやっていたのですが、気を使わないでもいよいよ値段も当でもっとも楽でした。これから他の手続きもお願いしたいです。



株式会社アクト 衣笠様
(事業内容:自動車修理・販売業)

ファイルがきれい!



ちょうどDMが届き依頼しました。積替え保管施設もあり面倒な内容もきっちりやってもらえたので良かったです。なによりファイルが良かったです!

株式会社丸五商会 瀬尾社長
(厨房機器設置販売業)

安心して依頼できます!

はじめは建設業許可の依頼をお願いし、正確で確実な応答をして頂きました。この度の産廃業の許可申請も、安心して仕事の依頼をすることが出来、何の心配もありませんでした。



様のお役に立てるよう
日々サービス向上頑張ります!
神原行政書士事務所職員一同

お申込み・お問い合わせは

☎0120-75-9575 電話代無料
平日9:00~17:00

ご相談だけでもお気軽にお電話ください。ご相談は無料です。



▲こちらからでも、お申込み・お問い合わせいただけます。

神原行政書士事務所

〒670-0944 兵庫県姫路市科保町216-1
TEL079-243-2323 FAX079-260-6388
E-MAIL: info@sakakibara-office.com



DM 実践者：榊原の自己紹介

まずは、少し自己紹介させてください

私の名前は榊原 靖。

マーケティング企画会社、株式会社 FPJ を経営しています。

そして、今回のノウハウのモデルになった行政書士事務所も 15 年前から運営しています。

個人事務所と法人を一つずつ経営。

どこにでもいそうな平凡な経営者です。

でも、他の経営者と違う点があります。

それは、社長をしながら毎年 33 日間の長期休暇を取って、世界を旅することです。

2017 年は世界一周、2018 年はアジア一周、2019 年は南米とヨーロッパ中心にまた世界一周して来ました。

この休暇と旅は、「**経営者をしていて本当に良かった**」そう感じる事が出来る最高の体験です。

すみません。

でも自慢がしたわけではありません。

現在のライフスタイルが実現できている最も大きな理由をお伝えしたいだけです。

その理由は、ダイレクトレスポンスマーケティングを学んだことです。

そして、失敗を乗り越えながらも、**実践し続けてきたこと**です。

食えないと言われる行政書士の世界でも、マーケティングスキルがあれば年間報酬 1000 万を達成することは、難しくありません。

それ以上にするもよし、そこそこで趣味や家族との時間を大切にすることもよし。

マーケティングスキルは、私の起業家人生に大きな「**選択できる力**」を与えてくれました。

その大きなきっかけとなったのが今回の「DM 集客」です。***それまでは本当に苦しかった!**

ダイレクトレスポンスマーケティングは世界中で様々な業種、法人個人問わず、成功事例で溢れています。

「でも、私のビジネスは違う」

こういうことを言われる方がいます。

「違う」ではなく「**どうすれば出来るか**」この思考パターンを持ってない人は、どんなノウハウを身に着けたとしても、成果を出すことは不可能です。

成果の出せないノウハウコレクターの道を進みます。***私も以前に歩きました!**

ぜひ、この「DM 集客のポイント」を通じて、マーケティングに触れてみてください。

そして、実践することで、あなただけの集客システムを一つ作り上げてください。

その結果、新たな収益を得ることが出来ます。

そして、それ以上に価値のあるもの「**大きな安心**」を手に入れることが出来るでしょう。

DM とは何か？

DM で集客するためには、絶対に抑えるべきポイントがいくつかあります。
今回、その中でも、特に重要な 12 のポイントをまとめました。

まず DM と言っても様々です。

新規顧客獲得のための DM。

既存顧客フォローアップのための DM。

新商品サービス案内の DM。

などなど。

今回の DM は新規顧客獲得のための DM です。

作った DM を封筒に入れて送るわけですが、チラシ 1 枚だけを入れるわけではありません。
封筒に入れるのは全部で **6 種類**あります。

①案内状

②DM

③申込書

④事務所案内

お客様の声

タイムリーな情報

この 6 つです。

「そんなに入れるの？」

ビックリされてるかもしれませんが、初めてのお客様は「ここに頼んでも大丈夫か？」そんな不安を感じています。その不安を消すために、お客様は出来る限りの情報を求めます。

なので、これでも足りないくらいです。

DM で集客するためにはいくつかの抑えるべきポイントとルールがあります。

一つずつ説明していきます。

DM 集客を成功させるために絶対抑えるべき 12 のポイント

チェック : 封筒にティザーコピーを入れる

DM でまず第一の難関は、「開けてもらう事」です。そのためには、封筒に直接開けたくなるようなキャッチコピーや文言をプリントします。それを「ティザーコピー」と言います。

チェック : キャッチコピーに細心の注意を払う

封筒を開封してもらった。

次にほとんどの人が見るのが、DM のキャッチコピーです。

ここで、興味を引けなければゴミ箱に直行です。

見込み客の悩みや気になる事を取り上げて、思い切り興味を掻き立てるようなキャッチコピーを考えましょう。

キャッチコピーに代表的な型です。

- 1 証言型： 　　するだけで～になりました。
- 2 質問型：～で～出来るって本当ですか？
- 3 提案型：～で～する方法がありますが・・・
- 4 断定型：私に～をください。そうすれば～になります。
- 5 限定型：～で、～したいあなたへ
- 6 教育型：～するために、～する必要はありません
- 7 予言型：もし～しなければ、～になります

チェック : 本文作成の構成は PASONA を使う

ここが重要ポイントです。

PASONA とは、1999 年にマーケッターの神田昌典氏が考案した売れる文章の基本型です。

「PASONA の法則」といいます。

今では、マーケティングには欠かせないものとなっており、LP (ランディングページ) やセールスレター、ブログ型記事など、様々な場面で活用されています。

PASONA は文章構成要素の頭文字をとったものです。

P (Problem) = 問題提起

A (Affinity) = 親近感・共感

S (Solution) = 解決策の提示

O (Offer) = 提案

N (Narrow Down) = 限定性、緊急性

A (Action) = 行動喚起

詳しく説明します。

P (Problem) = 問題提起

まず、読み手に「P (Problem) = 問題提起」をします。読み手が悩んでいることなどに対して、疑問を投げかけましょう。

最初に問題提起することで、読み手の潜在的な悩みや叶えたい願望を明確にするのです。これによって、「購入してくれそうな見込み顧客」のターゲティングをすることができます。

A (Affinity) = 親近感・共感

ここでは、販売者が読み手と同じ立場に立っていること、同じ悩みを抱えていることを具体的なストーリーなどを交えながら示していきます。

同じ目線から悩みを書くことで、読み手に対して親近感・共感を抱かせ、信頼の獲得や警戒心の緩和することが大切です。

S (Solution) = 解決策の提示

読み手の悩みを明確にし、それが解決すべきものだとならば、いよいよ「SO (Solution) = 解決策の提示」に移っていきます。

ここまでの文章で読み手に抱かせた悩みや不安を解決できる方法として、売りたい商品などを紹介しましょう。解決策の提示には、必ず主観的ではなく客観的な証拠を用意してください。

商品の効果について、実際の写真やデータ、お客様の声などを駆使することで、読み手に具体的なイメージをさせることが大切です。

O (Offer) = 提案

読み手が抱えている悩みの解決策として売りたい商品を提示した後、商品内容や効果、価格などを明らかにすることで、さらなる購買意欲・商品に対する理解の向上を図ります。

N (Narrow Down) = 限定性、緊急性

ここまでの流れで、読み手に「買いたい、買ってみたい」と思わせることができたとして。

しかし、「お金がない、他の商品も検討したい」などの理由で、購入を後回しにされてしまうかもしれません。

実は、ここでしっかりと購入完了までフォローできなかった場合、一度読み手の感情がクールダウンされてしまうことが多く、購入率がグッと落ちてしまうのです。

そのため、商品に対して「N (Narrow Down) = 限定性、緊急性」を持たせるようにしましょう。

・ 限定性・緊急性の例

先着〇名様まで限定商品

×月×日×時までの期間限定

今だけ %OFF の割引価格

など、「今買わなくてはいけない」と思うような緊急性、特別感を持たせることが大切です。

A (Action) = 行動喚起

最後は、読み手に対して「A (Action) = 行動喚起」をします。先述したように、その場で買ってもらえなかった場合、購入率がとても下がってしまう可能性が高いです。

改めて、商品の有用性や緊急性を持たせながら、申込ボタンなどに誘導しましょう。申込ボタンなどは特に目立

たせ、読み手に行動を迷わせない設計をすることも重要です。

では、今回の DM に当てはめてみましょう。

P (Problem) = 問題提起

キャッチコピー：面倒で苦手な事務作業から解放されたくないですか？

A (Affinity) = 親近感・共感

サブキャッチ：また来た！めんどくさい！・・・忙しい！やり方忘れた・・・

S (Solution) = 解決策の提示

ボディコピー：外注出来たら楽なのに・・・

でも高い！面倒！に対する解決策：代行業も楽になった・・・以下

O (Offer) = 提案

オファー：早割りサービス

N (Narrow Down) = 限定性、緊急性

早割りサービス、早く申し込むとお得。

A (Action) = 行動喚起

今すぐ！を強調する。

チェックリスト：魅力的な特典を付ける

特典は行動を促すために強力です。

例えばテレビショッピングなどでよくある「本日ご購入なら分割金利 ネットが負担します！さらに・・・もうひとつ！・・・」のようなどうしても買いたくなるような特典を必ず付けています。

今回の場合は「早割」ですね。

期日までにお申し込みの場合は割引するという内容です。

ホテル業界や飛行機業界で使われていた特典オファーですが、それを行政書士業界に使いました。

オファー特典を付けずに案内しても反応は取れません。

お客様が思わず反応してしまうようなアイデアを真剣に考えましょう。

アイデアのヒントは他業界に多くあります。

チェックリスト：集客商品のギリギリの価格を決める

価格設定は重要です。

安売りや値引きは疲弊しますので避けたほうがいいです。

と言いながら、早割りサービスで思いっきり値引きしてるじゃないか！と言われそうですが。

ここで大事なことが、マーケティングは仕組みで考えるということです。

仕組みがない状態でする値引きはタダの安売りです。

しかし、その商品サービスの後ろでしっかり儲ける仕組みがあれば、値引き販売は強力な集客の武器になります。

しっかりとしたマーケティング戦略があるからこそ、値引きが生きるわけです。

今回の事例の場合、フロント商品が5年毎に必要な建設業許可の更新手続き代行の早割りです。
報酬は約5万円です。

その後、毎年必要な手続きや、その他許認可手続き、別会社設立や補助金申請、さらには従業員や社長様の個人的な問題解決（相続など）まで、できる部分全て受注できるように深いコミュニケーションをとっていきます。
早割り商品で儲けるのが目的ではなく、あくまでも新規取引顧客を獲得することが目的です。

現在のお悩みと将来の希望を聞き取り、プラスのご提案することで、「他とは違う事務所」というイメージを与え、価格以上の価値ある存在にならなければいけません。

しかし、そのためにはとにかく「取引を開始」しないことにはどうにもなりません。

その、取引開始に一転集中することが、安定的な売り上げ拡大につながっていきます。

チェックリスト : 保証を付ける

今回の場合は、この保証はつけていません。

しかし、付けれる商品やサービスの場合は、付けることで集客効果が上がります。

例えば、許認可の場合なら「許可が取れなければ返金します！」とかが多いですね。

ポイントは、お客様が仕事を依頼するときにリスクとを感じる部分を保証してあげると効果が高いです。

チェックリスト : お客様の声を活用する

お客様の声とは、商品やサービスを利用して満足した人たちの顔写真とコメントです。

通販サイトやアマゾンのレビューなどでよく見ているのではないのでしょうか？

人は、第三者の評価に強く影響を受けます。

ここに頼んでも大丈夫かな？

そんな不安を解消しなければ、絶対に依頼にはつながりません。

その不安を消す方法は、先ほどの「保障」「代表者の顔写真」「経歴」「考え方」「サービスの内容」・・・たくさんの要素を提示して、不安を消していくわけですが、この消すことに対して一番インパクトがあるといってもいいほど効果的なのが「お客様の声」です。

チェックリスト : 質の高いリストを準備する

リストはDMの命です。

当然ですが反応が取れない1万件よりも、反応が取れる100件のリストのほうがマーケティングでは価値があります。その反応率が高いであろうリストをどうやって準備するかが成否を分けます。

チェックリスト : 注文書を軽く考えない

封筒を開封して、DMを見て興味を持ち、数日考えたり他社と比較したりして、やっと申し込みしようかと思ってももらえました。

お客様は申込用紙を手に取り机に座ります。

その時に、書き込む項目が多すぎたり、わかりにくい紙面になっていたら・・・
「あ～！めんどくさい！明日にするか！」となって、結局申し込みもやめてしまう。
そんな可能性が高まってしまいます。
釣りでいうと、釣り上げる瞬間が一番大事。
注文書は、ストレスなくスムーズに極力考える必要がないように作りこまないといけません。

チェックリスト : タイムリーな情報を同封する

お客様の興味を引き留めることが大事ですが、DM チラシだけでは弱いです。
そこで役立つのが「タイムリーな情報」です。
タイムリーであることが味噌です。

DM 内容自体には興味がなくても、それ知りたかった！気になってた！そんな情報には目がいくものです。
そして、そのことに対しても「ご相談受付してます」のように案内しておくことで、業務依頼への可能性がゼロではなくなります。

チェックリスト : 封筒に固形物を入れる

①と繋がりますが、とにかく封筒を開けてもらわないことには意味がありません。
そのために「ティザーコピー」を入れることともう一つ仕掛けをします。
それが**固形物を入れる**。
封筒の中に鉛筆やペンなどの固形物を入れることで開封率を上げることができます。

チェックリスト : 1回につき、1テストが原則！

DM は作って送って終わり。あとは祈って待つのみ。そんな人がほとんどです。
そして「効果なかった～」
といってやめてしまいます。これはありえないです。

マーケティングとはテストの繰り返しです。

DM の封筒を茶色から透明にしてみる

ティザーコピーを変える

DM のキャッチコピーを変えてみる

DM の用紙の色を変える

などなど、いろいろなテストできる要素があります。

DM は修正を加えてテストし続けることで、少しずつ効果の高いものを作りあげていくものです。
しかし、ここで注意点があります。
1テストは一回です。

よくある間違いに、

封筒を透明に変えて～、キャッチコピーも変えて～、DM の用紙の色も緑に変えよう！

でやってみたら、少し反応率が上がったとします。

でも、一体どの変更が一番効果的だったかがわかりません。

でも、一つずつテストすれば、良い方は残していくことができ、確実に少しずつ完成度の高い DM に近づけていくことが可能になります。

これを繰り返しすることで、あなただけの最強の集客 DM を作り上げてください。

以上、12のポイントをご説明しました。

いかがですか？

しっかり確認して、疑問点があればお気軽にメールで相談してくださいね！

ご相談は、info@fpj-world.com まで送ってください。出来る限りお答えしたいと思います！

応援しています！！

DM 集客ノウハウを全部知りたい！

そんな方は、こちらをご覧ください。

有料ですが、動画とテキストによる 11 ステップで全てのノウハウを公開しています。

DM 集客ノウハウ完全版 : <http://lp.fpj-world.com/dmtora>

作成元：株式会社 FPJ

運営 HP

THE VISION : <https://fpj-vision.com/>

マーケティングを中心に、起業家が自分らしく豊かに生きるための情報を配信しています

SATURDAYS : <http://saturdays.biz/>

社長のためのオンラインマーケティングスクールです

33 日世界一周ブログ : <https://33days.blue/>

榊原の世界一周旅ブログです

株式会社 FPJ : <http://fpj-world.com/wp-admin/>

弊社のポータルサイトです