

# 最強集客メソッド モエル塾グルコン

『最強集客メソッド、もっと知る方法とは？』

2024年11月6日

若林慶太

今日はこんな人、ぜひこの後の内容をご覧ください！

- ・最強集客メソッドを始めたばかりの人
- ・もう何年もやってきた人
- ・最近思ったように結果を手に出れていない人
- ・今年が目標がまだ達成できていない人
- ・見込み客が全然いない人
- ・問合せや商談が少なくて焦っている人
- ・商談はあるのに相見積もりや保留ばかりで契約にならない人
- ・お客さんとうまくコミュニケーションできない人
- ・営業や集客に壁を感じている人
- ・仕事が楽しくない人

そんな人は、大事なことを忘れている可能性があります。

ここで一度「自分はどの程度最強集客メソッドを理解しているだろうか？」

確認してみませんか？

ということで・・・

**最強集客メソッド20問検定！**

## 【第1問】

あなたレターの発行目的は？

## 【第1問解答】

ご縁をいただいたあなたを笑顔にする

## 【第1問解説】

あなたレターは「気にかかけ」の第1歩です。  
あなたレターを渡すことで相手に笑顔になってもらいます。  
なので、あなたレターはただ渡すのではなく、相手が笑顔になるだろうかをイメージして作り、渡した相手が笑顔になったのか確認する必要がある。

## 【第2問】

あなたレターを渡した相手が笑顔になったかの確認方法は？

## 【第2問解答】

気にかけてコール、気にかけて訪問

## 【第2問解説】

あなたレターは送って(渡して)終わりではない。目的である相手に笑顔になってもらったか確認が必要。

送った相手に電話をする、または訪問して、相手が笑顔になっているかを確認する。

### 【第3問】

気にかけてコールで最初に気にかけるために言うことは？

### 【第3問解答】

(あなたレターを)一方的に送ってしまっても大丈夫でしたか？

### 【第3問解説】

あなたレターセットを初めて送ったが、それは相手に許可を取ったわけではない。

いきなり送られた相手を気にかけるために、いきなり送って大丈夫だったかを気にかける。

相手の気持ちに寄り添うことが大事。

## 【第4問】

巻き込みトークで相手が笑顔になるためのポイントは？

## 【第4問解答】

相手の答えに大きくリアクションをとる

## 【第4問解説】

せっかく答えてくれた相手に対してリアクションを取らないのは失礼。

好みが自分と同じなら「そうですよね！」と大きく喜び、好みが違ったら「そうですか～、残念！」と大きくがっかりする。

## 【第5問】

巻き込みトークで大きくリアクション取るために何が必要？

## 【第5問解答】

相手に聞く時に自分の好みを押し付ける

## 【第5問解説】

好みを聞く時に、当然のように自分と同じですよね、という態度で聞く。

だから自分と同じなら喜べるし、違っていたらがっかりできる。

この大きなリアクションが相手を笑顔にする。



## 【第6問】

巻き込みトークで相手を笑顔にするために最も大事なことは？

## 【第6問解答】

自分が楽しんでいるか？

## 【第6問解説】

巻き込みトークの目的は相手を笑顔にすること。

そのためにはそもそも自分が楽しんでいることが大事。

自分が楽しくないのに相手が楽しくは絶対にならない。

巻き込みトークの基本形を知った上で自分で「どうしたら楽しく出来るか」を工夫することもポイント。

## 【第7問】

ロコミチラシの構成で共感を得るためのブロックはいくつ？

## 【第7問解答】

5つ。(ブロック1～ブロック5)

## 【第7問解説】

ロコミチラシは、見た人の共感を強く得ることがポイント。  
そのために5つのブロックそれぞれに共感をパワーアップするための要素が入っている。

## 【第8問】

ロコミチラシの共感を得るためのブロック1の共感とは？

## 【第8問解答】

「あっ、私がそうだ！」

## 【第8問解説】

ロコミチラシの最初のキャッチコピーで、「あ、これは私のことだ！」と瞬間的に思ってもらうことが重要。  
このコピーで「私に向けたものだ」と直感的に感じられれば一般的なチラシと違い、すぐにゴミ箱に捨てずにその次を見てみようと思ってもらえる。

## 【第9問】

ロコミチラシ各ブロックで共感を得るために最も必要なことは？

## 【第9問解答】

全てのブロックがお客さん視点になっていること

## 【第9問解説】

ロコミチラシは、決して商品・サービスからの視点で作ってはいけない。

全てのブロックで、実際にお客さんが言ったこと、感じたことを元に作っていく。作る側(売る)の思い込みや常識では作らない。

もし思い出せないなら、改めてお客さんに聞いてみる。

## 【第10問】

あなたレターの記事を書くのに必要なものは？

## 【第10問解答】

名乗り上げ・季節のあいさつ・最近の出来事各作成フォーム

## 【第10問解説】

あなたレターの記事(名乗り上げ、季節のあいさつ・最近の出来事)全てに作成フォームがあるので、これを使って書くことで、フォーマットから外れることなく書くことができる。  
必ずこのフォームを使ってあなたレターを作成する。

## 【第11問】

気にかかけ状に手を描く理由は？

## 【第11問解答】

- ・手があることで動きのある絵になる
- ・物だけでなく手があることで人を感じる
- ・手があることで一言の感情が伝わる

## 【第11問解説】

気にかかけ状は、インパクトのある絵と面白い一言で見た人を笑顔にする。

手があることで、その手の絵を描いた人を感じて、手の人が思わず口にした一言が面白くなる。そのことがあなたのことを印象に残して、さらにあなたの感情も豊かにする。

## 【第12問】

プロの気にかけてとはズバリ何か？

## 【第12問解答】

プロだからこそその経験に基づいて「お客様の気持ちを確認する」こと

## 【第12問解説】

プロの気にかけては、気にかけてであり、「売り込み」につながる「必要性の指摘」ではなく、プロだからこそそのお客様の気持ちの確認である。

決して「ニーズ喚起」や「不安を煽ること」とは違う。

### 【第13問】

プロの気にかけては「心配は大丈夫ですか？」「不安は大丈夫ですか？」「悩みは大丈夫ですか？」ではない。なんと言う？

### 【第13問解答】

プロの気にかけては「気になることとか大丈夫ですか？」

### 【第13問解説】

- ・「心配」「不安」「悩み」と考えた瞬間に、同時に自分の商品に結びつけてしまう。
- ・「心配」「不安」「悩み」はお客さんにとっては思いし答えにくい。
  - お客さんが答えやすい言葉を使う



## 【第14問】

プロの気にかかけは一度ではなく何度もお客さんにやり続けることが大切だがそれはなぜか？

## 【第14問解答】

プロの気にかかけをやり続けることで、お客さんはあなたに相談しやすくなる

## 【第14問解説】

営業マンは「どんな小さなことでもいいので相談して欲しい」

お客さんは「こんなことを相談してもいいのかしら」

このギャップを理解する。

人は相談することに躊躇するものと理解する。

→だから何度もプロの気にかかけをする。

## 【第15問】

「笑顔トーク」今は違った言い方になっているがそれは？

## 【第15問解答】

「コミットトーク」

## 【第15問解説】

最強集客メソッドは「お客さん(ご縁をいただいた方)に笑顔になってもらうメソッド。

「私はお客さんが笑顔になる対応を約束する」というコミットメントをより明確に表明するため。

## 【第16問】

なぜ「幸せ」や「安心」ではなく「笑顔」？

## 【第16問解答】

「幸せ」や「安心」は抽象的だから

## 【第16問解説】

「幸せ」や「安心」は抽象的だが、それを具体的な成果として明確なのが「笑顔」である。

お客さんが笑顔になっていることが、その瞬間に具体的に「幸せ」を感じていたり、「安心」である状態を示す。

## 【第17問】

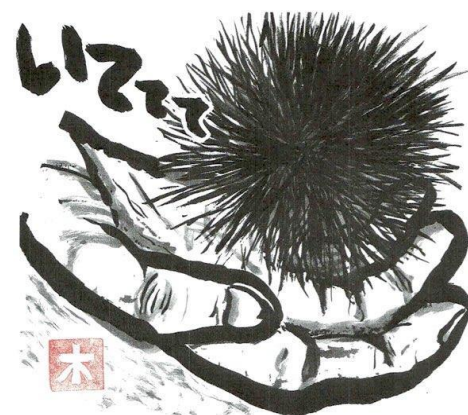
どちらの気かけ状が良いか？それはなぜか？？

## 【第17問解答】

栗の方が良い



朝夕は一段と  
冷え込む日が  
続いております。  
時節柄お体を  
大切になさって  
ください。  
令和三年十月吉日  
木戸一敏



残暑が続いて  
いますが、  
くれぐれも  
体調に気を  
つけてお過ごし  
ください。  
令和三年九月吉日  
木戸一敏

## 【第17問解説】

見たときの瞬間、どちらの方がお客さんが笑顔になるかが大事。  
うまい絵は必要ない。絵のインパクトと一言がポイント。

## 【第18問】

次の中から「気にかけて」効果はどれか？

- ・お客さんとの信頼関係ができる
- ・お客さんが本音を話してくれる
- ・お客さん主語の思考が育つ
- ・笑顔になる「あなたレター」のネタをキャッチできる
- ・成約やリピート、紹介の数がアップする
- ・売上がアップする

## 【第18問解答】

全ての効果がある

## 【第18問解説】

お客さんとの信頼関係ができれば、本音を話してくれ、そこからお客さん主語の思考が育つ。それを元にツールを作ると、問合せ・成約・紹介が増える。その結果売り上げがアップする。

## 【第19問】

「あなたレター」を作らないと最強集客メソッドは出来ないか？

## 【第19問解答】

「あなたレター」が最強集客メソッドの中心と理解しているか、がポイントである

## 【第19問解説】

「あなたレター」を作ること＝「お客さんを気にかける（笑顔にする）」とコミットすること。もしあなたの事業が「地域密着＆競争激化」の業種であり、その中で安定した売上を上げたいのであれば、「お客さんを気にかける」以外には確実な方法はない。「あなたレター」を作らないということは「お客さんを笑顔にする」というコミットをしない、ということになる。

## 【第20問】

最強集客メソッドの最終的な目的は？

## 【第20問解答】

「楽しい」と「売上」の両立

## 【第20問解説】

仕事は辛いもの、苦しいものという考え方を変える。  
最強集客メソッドは、売り込みをを排除して、「気にかけて」だけを行うことで、「お客さんが笑顔になる」→「あなたに相談したい」→「(売り込みではなく)さらに気にかけて」→「あなたから買いたい」→「契約になる」→「あなたが笑顔になる」  
この仕組みを作ることである。