

セミナー企画書

岡本文宏 メンタルチャージ ISC 研究所
電話 078-763-8151 ・ 090-5961-0138
E メール okamoto@cvsfc.com

【タイトル】

業界平均 2 倍の売上をたたき出す

『競わない経営』を実践するための 5 つの鉄則

【対象者】

- ・ 大手チェーン店の進出により急激に売上を落とした店舗の経営者・店長
- ・ 値下げを繰り返し、収益を大きく落としてしまった経営者
- ・ 経営の手法を学んでいるにもかかわらず業績が上がらないと嘆いている経営者
- ・ 大手・老舗・大型店との競争に負けても、辞めるに辞められない店舗の経営者・店長

【コンセプト／メッセージ】

私がかつてセブンイレブンを経営していたころ、FC本部の経営指導員が常に口にしていた言葉が「近隣の競合店舗を駆逐して、お客を奪い取ってください」ということでした。また、私が以前勤めていたアパレル専門店・全国チェーンの社長の口癖も「常在戦場」「競争に勝たねば明日はない」でした。

初めのうちは私自身も、こういう言葉を口にして商売を行っていたのですが、時が経つにつれ、このような考えを持って商売をしていくことに疑問を抱くようになっていきました。その数年後、私が在籍していたアパレル企業は競争に敗れ消滅してしまいました。また、コンビニ業界で競争に敗れたチェーンは次々に大手の傘下に入ることになりました。それに対して、「他社との競争」「お客を奪う」などというような物騒な言葉とは無縁のビジネスを展開し、何年にも渡り好業績を保持し続けている店舗が私の知りうる企業には数多く存在しています。その中にご夫婦で経営されている小さな美容院があります。徒歩 1 分の場所に 100 坪の美容院があるにもかかわらず、スタッフ 1 人当たりの売上が業界平均

の2倍。週末は3ヵ月先まで予約でほぼ満杯という状況を作り出しています。また、店主1人と学生アルバイトだけで運営している座席数11の小さな焼鳥店では、近隣は老舗の有名焼鳥店を含め、同業者に囲まれた激戦区であるにもかかわらず3年連続して2ケタ増の売上を実現しています。

2店舗とも、元々は近隣の店舗と競って勝つという考えのもとで真っ向から勝負を挑み、大変苦戦をしていた店舗です。そして、お店がにっちもさっちも行かなくなり、もう、あと何ヶ月かで退店を選択しなければならないという状況になったときに、「競争しない」「奪わない」「比べない」ことを基本とした『競わない経営』を導入したのです。その後、大きく業績が好転し、数年にわたり、好業績を維持し続けています。

一般的な考えをお持ちの経営者や店長が、この考え方を導入するには抵抗があるかもしれませんが、でも、私がコンサルタントとして関わりを持たせていただいているお店では、前年実績2ケタ増、業界平均2倍以上などという業績を作り出すことが可能となっており、その90%以上の店舗が黒字経営となっているのです。この講座では、『競わない経営』を行うために必要な考え方やノウハウを豊富な事例をもとに分かりやすくお伝えさせていただきます。私の願いは、この講座をお聞きいただいた方々のお店が苦勞することなく、競わずに必要な売上を作り出せるお店になってくれることなのです。

【内 容】

1. 競わないための4つの“ない”

- 競合店は見ない
- 他店の価格は調べない
- 顧客のニーズに完璧には応えない
- POS分析は信じない

2. 場所と物への“こだわり”が競争を避ける

- 実は「売り方」ではなく「売るもの」が一番大事
- 商売をする上での“こだわり”を洗い出す
- 周りのやっていないことに“こだわる”

3. 自店に必要なお客は誰なのか？

- 対象客を絞り出す
- 避けるべき客を炙り出す
- 理想の顧客像を作り出す

4. お客様にとって かけがえのない店だと知ってもらうために

- 絶対的な魅力を持つ
- 語れるドラマを持つ
- 伝える方法は1つだけではない

5. リピート客はお店の財産

- 感動は長続きしない
- もう一度来てもらう方法を真剣に考える
- 再来店を促す飛び道具

所要時間 90分～120分程度（ご要望に応じます）

参加特典 ご希望者に当日使用のスライド（PDF版）を進呈

【参加者の声】

楽しく、あっという間の3時間。非常に明るい語り口で、ずっと引き込まれていました。ご自身の体験、手法を惜しみなくシェアして頂いたのも、とても、参考になる内容でした。特に、一つ一つのツールを一つの目的のもとに組み合わせて稼働させるという発想が刺激的で、小さな店が商売をしていくために行うべきことが理解できました。ありがとうございました。（滋賀県・米穀店・O様）

とても内容の濃いお話でした。他のセミナーと違って、生々しい実体験の話もあり、迫力と説得力を感じました。単なる知識ではなく、そこに至るまでの背景や事例にも触れていたのが良かったです。東京から来たかいがありました。（東京都・K様）

分かりやすいお話をありがとうございます。久しぶりに来て得をしたと思えるセミナーでした。今後、セミナーの中でお聞きした「見込み客と複数の接点持つ」ことを当社に取り入れていきたいと思えます。何よりも、自分がやらねば！という気持ちになりました。（滋賀県・自動車販売店・S様）

ワークの中から、自店の対象客が明確になってきて嬉しかったです。自社のブランディングをする上でも、大変有益な内容でした。帰ってすぐにできることがほとんどだったので、今、ワクワクしております。

（大阪府・WEB時計店 R.T様）