

###name1###様

ありがとうございます。

★-----★

売上アップ実践メルマガ（無料）「イキのいいネタ」プレゼント

◆宿泊経営30秒ノウハウチャージ◆（週1回以上配信）

<http://www.kanpai-kanpai.com>

第11号

☆-----☆

※配信停止はこちらです。

<http://1lejend.com/d.php?t=###tourokuid###&m=###mail###>

ホテル旅館オーナー、支配人、予約担当者、営業マン、そして女将さんなど、宿泊産業に携わる方なら誰でも無料登録いただけます。

集客のこと、営業のこと、館内演出のこと、温泉のこと、後継者のこと、社員教育のこと、パンフレットなどツールのこと、メディア選定のこと、宿泊料金のこと、業界全般のこと等。

30秒でチャージできるメイン記事が目玉です。

■■■ 今日の大盤振る舞い ■■■

※記事本文に行く前に、面白い話を書きます。

創業間もない僕にも数軒の顧問先ができました。

ありがたいことです。

今、そのうちの2軒様に対して、

- 1軒には「オーナーの想いをぶつけた冊子」を、
- もう1軒には「宿の魅力を漫画にする」ということを提案し、

ご理解をいただきながら、制作に入っています。

これは僕の中では、
その施設様にとっての「パブリシティ素材」でもあります。

つまり「話題のツールづくり」です。

話題のツールができるとうなるか？

- ★地元新聞で記事として取り上げられます。
- ★しかもその記事は、客室等において永続的にPRネタになります。
- ★ネットでも閲覧できるば、うちに合ったお客様を呼んでくれます。
- ★持ち帰った人が、口コミのネタとして使います。
- ★社員やパートさんが、面白がって話してくれます。

また別の、とある親しいお宿様には「宿かるた」を提案する予定です。その宿のおもてなし（「環境、施設、料理、サービス、衣・食・住」）を、お客様から募集してカルタを制作しようという構想。

（これは、鍛錬塾とは違う個別訪問先で、
1度にお受けできるのは3軒様まで。
最低3ヶ月～最大半年で完了する個別アドバイス業務）

いずれにしても僕の販促は「話題づくり」を柱に展開するケースが多いです。

口コミは「社員が起こすもの」だと考えていますから、
話題づくりが欠かせません。

すべての商売は「お客様との関係づくり」。

商品の磨き込みの延長に、WEBがあり、メディアがあり、パンフレットがあるのです。

それが本筋です。

テクニックは、
外部からでも調達可能ですが、すぐに陳腐化します。

しかし、マインドやブランドは、
内部調達するしかないものの、永続的に事業の発展に寄与します。

.....
1、＜30秒記事＞ 他社との違いを生む違い
.....

価格、施設、サービス、広告という激戦の土俵に上がることなく、
####name1####様の施設が、「他社との違いを生む違い」を創造する
にはどうしたらいいのでしょうか？

お客様にアプローチする施設様が繁盛するのではなく、
お客様からアプローチされる施設様が繁盛するということです。

- ・低価格路線のみで勝負しないように。
- ・施設の先進性、豪華さのみで勝負しないように。
- ・ホスピタリティーのレベルのみで勝負しないように。
- ・広告の大量投下のみで勝負しないように。

手順は以下となります。

.....
2、＜追記コメント＞ 旅館ホテル販促鍛錬塾・販促作法
.....

9月29日の鍛錬塾生の皆様に対するメルマガで、以下のことをお
伝えしました。

秘匿性が高い情報ですので、塾生以外の皆様には、ヘッドラインだ

け共有させていただきますね。

1、棚卸し作法

- (1) 社員・スタッフを対象に、
「うちのここが好きアンケート」を実施する。
- (2) お客様を対象に、
「ふたつの質問」を実施する。
- (3) オーナーを対象に、
「鍛錬塾特製ヒアリングシート」を実施する。

上記の目的は、自社の良さを知り、お客様の声を加工して販促に生かすということです。

特に(2)は強力です。
たったふたつの質問が、販促を根底から変えます。

知りたい方は、メールをください。

km@kanpai-kanpai.com

2、創り込み作法

棚卸し作法で得た情報を精査して、以下を実施します。

- (1) 仕事を「志事」にする。
- (2) 自分たちなりの「ブランド」を見つける。
- (3) それを裏付ける「ロコミネタ、語り草」を作り続ける。

何のために、誰のために、存在しているかを明確にし、ブランドを

見つけてゆきます。そして、そのブランドを証明する様々な仕掛けを、どんどん口コミネタ、語り草としてリリースしてゆくのです。

3、良さを伝える作法

棚卸し作法と、創り込み作法がカタチになると、販売促進の「精度が上がる」のはご想像に難くないでしょう。

つまり、お金が無駄にならないということです。

(1) 最適なメディアを使う

(2) 最適なツールを制作する

(3) 最適なコミュニケーションをとる

さて、

アドバイス業務をしていて感じるのは、

その社長様ご自身の、より具体的な願望と、不退転の熱意、そして、人生観に、アドバイス効果は、大きく左右されるな〜ってことです。

個別訪問アドバイス業務を行うときは特に、オーナーはもちろん、現場スタッフの皆様も、その意識と行動を変えていただく必要が出てきます。

多くのコンサルは、ここで足踏みしているよなあと・・・。

事業継承の観点からは、親子経営、夫婦経営の問題もあります。

指示系統が複数あると、スタッフたちも「どうせ・・・」というネガティブな習慣と常識に翻弄されますから。

(ちなみに、僕はコンサルタントではありません。
アドバイザーであり、プロデューサーであり、
コンダクターであり、伴走者です)

僕が自ら信条としているのは、先にも記したように、

「言ってみる、やってみる」。

頭で考えているうちは、現実を変えることはできません。

その考えが正しいか、間違っているかを検証する唯一の手段は、
たとえ恥をかくことになろうとも、

「言ってみる、やってみる」しかないと思います。

想像だけで、

できるとか、できないとか、
意味があるとか、ないとか、
効果があるとか、ないとか。

想像しているうちに、半年も1年も過ぎてしまい、結局何もやらないまま、悩み自体を、後生大事に育てている人たちがいます。

僕らは神様じゃないし、
誰でも、本人が気づいていない「思考の癖」があるので、

言ってみて、やってみて、市場に訊きながら、改善するしかないのです。

緊急に面談でのアドバイスが必要な場合は、以下をご検討ください。

<http://www.kanpai-kanpai.com/service02.html#04>

<http://www.kanpai-kanpai.com/service07.html>

【仙台駅前事務所】

〒980-0021 宮城県仙台市青葉区中央4丁目 8-15

TEL 022-343-5011 FAX 022-395-5421

モバイル 090-9535-9907

E-mail : km@kanpai-kanpai.com

<http://www.kanpai-kanpai.com>

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

■「旅館ホテル販促鍛錬塾」

<http://www.kanpai-kanpai.com/service02.html>

■月々の1万円の価値を最大化するため

「まずは泊まらせていただいて、
じっくり話しをしましょうパック」

<http://www.kanpai-kanpai.com/service02.html#04>

■売れる宿泊プラン作成支援

<http://www.kanpai-kanpai.com/service03.html>

■客室在庫や複数サイト運営一元管理

<http://www.kanpai-kanpai.com/service04.html>

■WEBデザイン制作

<http://www.kanpai-kanpai.com/service05.html>

■個別訪問アドバイス業務

<http://www.kanpai-kanpai.com/service07.html>

■他には無いサービス

<http://www.kanpai-kanpai.com/service08.html>

こんなあなたなら、是非！旅館ホテル販促鍛錬塾へ

- ・幸せの本質は人から感謝されることであると感じるあなた。
- ・目に映る人たちすべての「笑顔を守りたい」と願うあなた。
- ・思ったことを実際に行動に移し続けることのできるあなた。