

# お客づくり実践ニュースレター

## 羽山レポート

2008年5月 vol.46

発行/弱者必勝お客づくり実践会: 羽山直臣 TEL092-724-8752 FAX092-724-4035 E-mail: hayama@hayama-pro.com  
〒810-0041 福岡市中央区大名 2-2-41 サンライフ大名 6F 羽山プロジェクトオフィス <http://www.hayama-pro.com>

マネジメントとは

今回取り上げましたのは、フィットネスビジネスの業界で、ダントツの集客を実現してきたフィットネスビズの遠藤一佳社長の戦略です。

遠藤さんは現在、スポーツクラブの運営と、開業集客支援、運営顧問、社員研修を柱に事業を営んでますが、初期集客は「市場力」と「商品力」と「プロモーション力」の3つで決まると言われます。

プロモーションとは、お客に自社の商品を買いたいと思わせる活動のことですが、遠藤さんは、プロモーションには、見込客を連れてくるマーケティング活動、実際に契約をもらうセールス活動さらに、継続して買ってもらうための活動があると言われます。

それぞれの内容について、このレポートの中で紹介していますが、遠藤さんはそれに留まらず、フィットネスビジネスに携わる経営者の姿勢について「大切なのは経営陣の信念や意志であり、人の身体を向上させるのを使命と考えない経営者はフィットネスビジネスをすべきではない」と言われます。

これは仕事や事業に対する使命観、ミッションに対する問いかけとも言えます。

またこれは、社長はどうあるべきか、戦術リーダーはどうあるべきか、さらに知識型社会にお

### 今回の特集

★弱者必勝の営業戦略「羽山レポート」 繁盛するフィットネスクラブの作り方 フィットネスビズ遠藤社長の戦略…	2～7P
★集客のパターン .....	8P
強者の経営戦略と弱者の経営戦略の違い	9P
内部中心の発想とルールの違い .....	10P
フランチャイズ展開の生命線 .....	11P
鮮度の落ちた店を再生する方法 .....	12P
お客を目の前に連れてくる方法…	13～14P
セールスを成功させるステップ .....	15P
流出客を少なくする対策 .....	16P

ける能力の高め方への問いにもなっています。



### 3、初期集客のポイント

#### ★初期集客の9ヶ条

- 第1条: 入会獲得ではなく問い合わせ獲得に専念する。
- 第2条: SWOT分析で強みを明示する。
- 第3条: 月会費割引など魅力的特典をつける。
- 第4条: クラブに問い合わせる理由をつくる。
- 第5条: 問い合わせ経路を複数確保する。
- 第6条: 最良な「チャネル」を選択する。
- 第7条: 最良な「量(範囲)」を選択する。
- 第8条: 最良な「タイミング」を選択する。
- 第9条: 限定感あるキャンペーンを実施する。