

# チラシ1万倍！診断チラシで大幅受注増

この事例は、屋根、外構工事が主体の地方の工事店で、年商約3億円。住宅会社から屋根、外構の工事受注(約2億円)を主に請け負っていました。しかし、年々工事額が減少し、かつ粗利が極めて少ない状況でした。そこで、外部コンサルタントの指導で3万枚のチラシ大量配布を行いました。20件程度の間合せで数回実施、20万円台～100万円に足りない程度の受注で推移するという、壊滅的な成果になっていました。

## 新聞折込チラシから 台風のタイミングを計算した診断チラシへ

そんな状況の中で、お客様の困ったタイミングを計算した『診断チラシ』を投函する方式に切り替えました。まずは台風一過のお宅をターゲットに、事前にチラシを作成しておき各戸に投函。さらに、台風が過ぎた翌日に各戸の屋根状態図(やねふせず)を手書きで示し、問題点を指摘したを投函しました。

その結果、『診断チラシ』300枚で、1000万円もの受注に繋がりました。効率の観点から見るとチラシ1枚当り算では、なんと！1万倍という大きな成果の差が出たのです。

お客様はごく普通の時期に屋根修繕のチラシを見て瓦がズレていることを知っていても需要には繋がりません。

台風の翌日であれば、雨漏りの痕跡や壁の膨潤などの状況があるため需要につながる可能性が高くなります。

季節風のタイミングを見計らって、ターゲットの心理状態を考え、対応する迅速な営業を行ったことが成功につながったと言えるでしょう。

### 単純・折込みチラシ方式

知名度が低い  
(反応率もかなり低い傾向)

時期は検討せず、  
毎月(毎週)配布

新聞折込みによる大量配布  
印刷、折込み代でコスト負担大  
1回当り30,000枚

印刷、折込み代 50万円

新聞折込みは他のチラシと一  
様に配布され認知されにくい

単なる印刷物  
個別対応はなにもない

成果 20万円～100万円

### 診断チラシ方式

地域限定で密着対応  
(個別対応の徹底)

タイミングを図って集中  
需要の高まりに集点をあわす

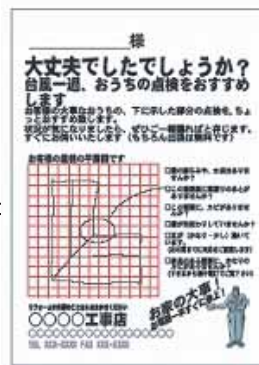
自社コピーのため  
コスト負担がない  
1回当り300枚

ゼロに近い

ホスティングで他と別  
に入ると認知されやすい

宛名入り  
かつ「診断付き」  
お客様の関心事を当拠

成果 1,000万円



### 診断チラシ

基本的には、宛名欄、挨拶文、屋根状態図、問題チェックリスト、工事店名、あとは親しみを感ずるためのイラストで構成されている。ごく一般的なものだが、一点変わったところが、屋根状態図を記入できるようにしてある部分で、この部分への記入が、個々の顧客へ、需要を喚起していただく重要情報となる。