

はじめに

この小冊子は、工務店経営に必要な、「ある極意」が書かれています。

…なんていうと、読む前から「なんだか難しそうだな」とお感じになる方もいらっしゃるかもしれませんが。なので、最初にお断りしておきます。

この本に書かれている「極意」の内容は、「世界一簡単な住宅マーケティング」です。

世の中には、実にいろんな種類の経営の指南本やセミナーがあります。皆様も、実際

にそういったセミナーに足を運んだり、本屋さんで何冊かを手に取ったことがあるでしょう。

どんな本やセミナーも、みなそれぞれ素晴らしい気付きを与えてくれるものです。ただし、どんな知識・ノウハウを学んでも、それが断片的なものだと、なかなか工務店経営の問題は解決しません。

この本を読まれる方の多くは、工務店を経営する立場にある皆様だと思います。皆様が抱える問題は、たとえば…

- 集客がない
- いまどきのお客様に提案する住宅商品がない

- いまどきのお客様とうまくコミュニケーションがとれない
- 提案してもよそに取られてしまう

… などなど。

それに対して、例えば、「イベント集客を激増させる広告づくりセミナー」とか、「いまどきのお客様に必ずイエスと言わせるセールストーク集」といったものがあります。しかし、断片的なノウハウを経営に活かすことはそう簡単ではありません。

皆様が風邪を引いてしまったとき、多くの方は病院に行かれるでしょう。

熱が出たから解熱剤を処方し、ウイルス性が疑われるので抗生物質を処方する…これは、決して間違っているわけではありません。

しかし、極論するとこれは、単なる対処療法に過ぎません。本当に良いお医者さんは、風邪を引いたプロセスに配慮して、どうしたら次に風邪を引かないようになるか、アドバイスとともに薬を処方します。

そのために私たちは、皆様に向けて世界一簡単なマーケティングの本を書くことにしました。

この本は、決して一時的な問題解決を目的にしたものではありません。とても簡単ですが、それでいて、根本的に皆様の工務店経営の問題を解決するための処方箋になるでしょう。

これより先のお話しは、ある工務店社長と弊社とで交わされる、対話形式のフィク

シヨンです。読みやすくするために話の展開やトーンは多少フランクにデフォルメさせていただきました。

フィクションとはいえ、現実に弊社に寄せられるお悩みや、打合せの空気感などは程よく再現させていますので、まだ弊社のことをあまりご存知ない方がこの本を読むことで、ナツクに相談をしている会員様の雰囲気まで感じていただけるとは思いません。と、密かに楽しみでもあります。

もしも、近しいお悩みや問題点を感じている読者の方がいらっしゃれば、自社の姿と重ね合わせながら、気軽にお読み下されば幸いです。

この本を手にした皆様が、世にあふれる情報やノウハウに惑わされることなく、安

定経営に向けた成長の舵を力強く切ってくださいませよう、心よりお祈りします。

