



曽根田通信

第67号
令和3年6月

株式会社追客力 電話：03-4455-9265 F A X：03-5539-4783

■■■この曽根田通信は、私達がこれまでご縁のあった方にだけ差し上げている個人通信です■■■
いよいよ関東も梅雨入りしました。自転車通勤ができず、運動がしづらい時期。体重管理はもっぱら食事。ただ、今年はレインコートを調達。会社帰りに雨が降っていたらある程度は歩いて帰ることも視野に。皆さんは梅雨にどのように過ごしますか？

◆片道 k15 キロの道を走破！◆

梅雨に入る前にレインコートを新しく準備したい、と思いついたワークマンプラスに初めて行くことにしました。自宅から一番近いのはテラスモール松戸。自宅から 15 キロほどのところですよ。

ちょうどよい距離なので、息子と私は自転車、妻は電車で行くことに。

サイクリングコースでもある江戸川の土手を北上。信号が無く、とにかく走っていて気持ちがいい。

途中で寅さん記念館を横目についついスピードを出してしまいます。小学3年生になった息子も頑張りますが、子供用の普通の自転車だとなかなかスピードが出にくい。はあーはあーと息を切らせながらついてくる姿が可愛いですね。



頑張った息子にご褒美としてカルピスソーダを購入。最近、炭酸の美味しさを知り、お気に入りだそうです。ランチはつけ麺をガッツリと食べていました。

狙っていたレインコート、たくさんあり迷いましたが、リュックを背負った上で着ることができるものを発見。自転車乗りに最適。すぐにこれに決めました。

他にもたくさんありました。どこで使うか全く想定できませんが、マリンシューズも購入。釣りの時に使うか!?

◆息子が朝食にパンケーキを！◆

朝食に息子がパンケーキを作ってくれました！美味しかった！感謝！（曽根田）



◆デュアルモニターを各席に設置◆

5月になってメンバーがかなりいそがしくなってきたので、少しでも仕事を効率化するために、各テーブルにデュアルモニターを設置しました。姿勢よくしてもらいたいので、モニター台も併せて設置。かなり効率が上がってきているよう！？

なお、今後の仕掛けのため、1席だけ空けています。

自分が使っている10年選手のモニターも買い換えたくなくなってきました！（曽根田）



◆いよいよ妻もジョギングか！？◆

6月に入り、妻が突然、運動したいとのこと。あいさつのように、痩せなきゃ痩せなきゃと口にしていましたが、今回は本気のように。2日連続でジョギングに付き合いました。

運動は道具から。投資をすれば回収しないともったいない。そこそこするランニングシューズの購入、勧めていきます！

◆ 集客・追客サプリー ◆

メールマガジン配信のノウハウ2 継続しやすい体制・内容を選ぶ

前回の記事でもお伝えしていましたが、メールマガジンで成果を出している会社で共通していることは継続です。

内容も大事ですが送り続けることのほうがはるかに重要です。そこで一つ目のノウハウは、継続しやすい体制、内容を選ぶ、です。

例えば、工務店であれば、月に新しい施工事例を2~3件、ホームページに更新している場合、そのついでにメールマガジンも送付すると継続しやすいでしょう。発信面を追加するだけOKなのでルーティン化しやすく、継続しやすくなります。

押し売り情報は開封率↘継続モチベーション↘

一方、新しい情報を定期的に発信していない場合はどうしたらいいのでしょうか。

この場合には新しい情報を発信する流れから作る必要があります。

よくあるのは、キャンペーンやイベントの告知。残念ながらこれでは自社のビジネスを優先しているため、開封率が徐々に下がっていくことは避けられず、続けるモチベーションが下がるという意味でお勧めしません。

3回に1回くらいのペースで挟んでいくのはもちろんOKです。

あなたの会社だから発信できる内容が◎

オススメは見込み客と営業とのやりとりです。

なぜなら、見込み客と営業のやりとりは、ユーザーが知りたい情報に近く、あなたの会社の技量や知識、経験を間接的に伝えることができるからです。



例えば、見込み客から、家族の気配や足跡をどこにいても感じられつつも、在宅勤務も快適にできる家を建てたいという要望があった商談。

お客様がどんな思いを持っているのか。それを踏まえて、営業、設計はどんな説明、提案をしたのか。そのやりとりを書くだけで、見込客が知りたい情報となるでしょう。

営業や設計からヒアリングして作るのがベスト

なお、営業や設計の方に書いてもらうのは専門性が高くなりすぎる文章になりがちです。



また、スグに効果が出ないので面倒に感じて継続できない可能性も高まります。お客様の感覚に近いネット担当の方がヒアリ

ングをして、メールマガジンのコンテンツを作成したほうが良いでしょう。

なお、内容はできるだけ具体的に記載していくことが大事です。

例えば、吹き抜けは冷暖房効果が弱くなる、というコンテンツの場合は、広さが同じ場合、28度になるまでに1.5倍の時間がかかるなど、数字などを使って具体的にしていきましょう。

独自コンテンツはSEO対策としても有効

こうしたコンテンツはSEO対策としても利用できます。巷ではSEO対策として、コラムを連載する企業も増えていますが、外注している場合には読み応えのないコンテンツが氾濫しています。

そんな中で、貴社のホームページで、実際の営業とお客様とのやりとりをコンテンツとして紹介し、連載していれば、閲覧者には「あの会社は違う」という印象を持ってもらえるでしょう。もちろん、独自性が高く、専門性も高い内容になるはずなので、検索にも強くなっていきます。



お客様は複数で検討している場合がほとんどです。こうしたところで他社との違いを見せていけば差別化ポイントとなり、最後の2~3社に残る可能性が高くなります。

同じコンテンツを再利用すれば続ける動機に

メールマガジンのためだけにコンテンツを作るのは、億劫で面倒と感じがちですが、一つのコンテンツを2度3度と活用すれば、それだけ、継続する意義も強くなります。

継続しやすい内容というものもちろんですが、継続する意味合いを高める工夫もぜひ検討ください。

◆ 温暖化対策 ◆

少し暑くなり、夏っぽい陽気も多くなってきた今日このごろ、みなさまいかがお過ごしでしょうか。半袖のTシャツの下に肌着を着るべきかどうかいちいち悩んでしまう編集の平田です。

最近、弊社のオフィスでは「エアコンつけるかどうか」という小さいながらも今後の社運を左右する問題が出てきています。

そしてこの問題はいくつかのフェーズに細分化されています。

まず1つ目が「つけるかどうか」。2つ目が「冷房 or ドライ or 送風」、3つ目が「温度と座席」。



まず1つ目の「エアコンつけるかどうか」。

追客力の長である曾根田さんは、普段から運動もして代謝が良く、非常にあつがりです。どれくらいあつがりかという、めっちゃくちゃ寒い3月頭くらいに会社の窓全部全開にしてこちらが上着を着こんだまま仕事をしていると「え、寒い？」と聞いてくるほどです。

他の従業員と大きく体感温度の差があるのでまず「つけるかどうか」が問題にあがります。

そして2つ目「冷房 or ドライ or 送風」問題。

冷房なのかドライなのか送風なのかこれで毎回意見が割れています。

なんだったら「弱冷房とドライは一緒」という新興勢力も出てきています。

梅雨の季節ということも相まってこれも問題にあがります。

最後の3つ目が「温度と座席」。

現在弊社は曾根田さんの席を除いてフリーアドレスなのですが、その曾根田さんの席が一番直射日光にさらされています。さらにエアコンから一番遠い座席です。

そしてエアコンが直撃する場所はフリーアドレスの場所。ありえないレイアウトですね。

となるとやはり温度の調整が一番難しいんです。

いまだこの解決に見通しがたっておらず、おそらくこの夏はエアコン戦争が始まることでしょう。



救世主となるか!?

もしこれを見た方はぜひ、おすすめのエアコン温度決定法を至急弊社にご連絡ください。
(平田)

◆ 娘たちの新生活、はじまりました ◆

バタバタ双子の成人記念撮影。長女にも私の振袖着せて、三姉妹揃ってパチリ!

山下公園前でのロケーション撮影はマンボウ発令中にもかかわらず人出が多い。

娘たちは恥ずかしい様子でしたが、流石プロのカメラ



マン、上手に促しパチリ! 貴重な体験です。親の私は見ているだけで楽しく、良い記念になりました。(安藤)

◆ ルーティーン ◆

今年も、早いもので半年!! 東京はいままでずっと緊急事態宣言下といえます! なんという事でしょう。

そんな中でも、夢や希望を見続けていたい☆

そこで、やり続けている事があります!!

お布団に入って、眠る前のひととき妄想タイム☆

:..o(≥▽≤)o..:☆

次は、どんな街に住んで、どんな家の間取りに住んで~ どんな家具置いて~ …って、夢のマイホームの妄想☆

これが、私のルーティーン(^_^)-☆

皆さまには、どんなルーティーンがありますか?

(山下)



◆ 瀧本おすすめのキャンプ場 vol.1 ◆

梅雨が明けると夏本番！

我が家は暑さに苦手な犬がいるため夏のキャンプはあまり行けませんが、皆さんにお勧めのキャンプ場を紹介します。まずは、静岡県富士宮市にある「ふもとつばら」キャンプ場。

なんととっても景色がいい！近距離で富士山を見られるキャンプ場ではここが一番です！

名前の通り富士山のふもとのなあーんにもない原っぱにあるキャンプ場で、区画もなくフリーオートサイトなので車を横付けでき、広々と富士山を一望できます。

地面は芝で、トイレもきれい。水場も各所に設けられておりとても快適！なのに、ほかのキャンプ場に比べて低価格。

アニメ「ゆるキャン」の聖地として有名になり予約の取りにくくなりましたが、ぜひ行ってみてください！

ここでブルドッグとキャンプしている人がいたらおそらくそれはわたしww（瀧本）



◆ スカイツリーで衝動買い ◆

先日所用でスカイツリー下のショッピングモール、ソラマチに行ってきました。買い物も終わら

せ、そろそろ帰ろうかと駐車場に向かっていたところ・・・可愛いドラえもんの展示を発見！！

実は大のドラえもん好きな私。

この日は散財の限りを尽くした後

でしたが、アクリルスタンドに一目惚れし購入してきました。500円玉くらいのサイズ

で、見ているだけでも癒されます(^_^)

たまたま展示期間の最終日だったので、何かの巡り合わせを感じています。



◆ 浅草の中華の名店「馬賊」へ ◆

事務所にいるメンバーでランチ会に行ってきました！今回は、浅草の中華の名店「馬賊」。

11:30 過ぎに訪れましたが、すぐ行列。



そして行列の人の視線の先には、、、なんと店先で麺を手作り中！それぞれが思い思いのメニューを注文。まず何ととっても量がすごい。器がでかい。

それにひるまず、麺を一口食べると、もちもち、プリプリの麺。あまり味わったことがない食感！美味しくてみんな黙々と食べてしまいました。



今後も、台東区でお勧めのお店をランチ会を通じてご紹介していきたいと思えます！

◆ ありがとうのコーナー ◆

ここでは弊社の社員が最近お世話になった方に改めてお礼をお伝えさせていただきます。

- ・赤岩社長 声をいただき、ありがとうございます。
- ・高澤店長 声をいただきありがとうございます！
- ・田中さん 声をいただきありがとうございます！
- ・須浦さん ランチお誘い、ありがとうございます！
- ・内田さん チラシ制作、ありがとうございます！
- ・与那覇さん ご協力、ありがとうございます！
- ・高田さん ご対応、ありがとうございます！
- ・金子さん ご相談、ありがとうございます！
- ・藤田さん ご協力、ありがとうございます！

他にもここには書ききれない皆様へ。いつもありがとうございます！

【プロフィール】

【氏名】 曾根田 太郎

【会社】 株式会社追客力

【出身地】 東京都江戸川区

【趣味】 読書（特に歴史小説）、自転車通勤

【モットー】 七転び八起き

【その他】 ここ最近では忙しくて週末も仕事ばかり！そろそろ温泉や釣りが恋しくなってきました。草津温泉へ行きたい！

【経歴】 大学卒業後、会計系コンサルティング会社を経て、大手不動産ポータルサイト運営会社に営業として転職。ITと不動産について学ぶ。その後、WEBマーケティング会社を経て、(株)追客力を設立。営業支援システム、WEBマーケティングサービス、ブログ・メルマガ丸投げパックを提供中。

