

顧客の生涯価値が掃除屋ビジネスの将来を決定する！ 行列掃除屋が教えるリターン100倍の資本投下大作戦

会社の収益性は、信者客の数に比例して大きくなります。お掃除ビジネスもその例外ではありません。

そして、知り合いや紹介、偶然の出会いだけで会社経営を行なっている掃除屋さんは、ある一定数の顧客数を超えると、その数以上に顧客数が増えないという現象が発生します。

なぜこのような現象が発生するのかというと、契約しやすいお客さんと偶然出会ったお客さんの数には限界があるというところにその答えがあります。

つまり、『偶然』にビジネスを依存させているという事なのです。そのため、新規の顧客の流入が徐々に尻すぼみになり、最後には新規のお客がほとんど入ってこないという状況になります。多くの掃除屋さんはこの状態でギリギリ生活をしている状態といえるでしょう。

そして、さらに悪い事に、顧客の流出という会社の代謝活動が一定の顧客数に達すると会社規模に関係なく無条件で始まりません。

こうなるとほとんどの掃除屋さんはお手上げです。仕事が自動的に降ってくる大手

の下請けか、もしくは廃業へと追い込まれていくのです。

実は、成功する掃除屋さん、このように廃業へと追い込まれてしまう掃除屋さんの決定的な違いは、この時点で生まれます。

つまり、どちらの掃除屋さんも、スタートは紹介や偶然の産物で生まれた顧客で掃除屋を開始するのですが、成功する掃除屋だけが顧客の流入が鈍りかけてきた合図を敏感に察知し、過去の成功体験を捨て、新しい顧客開拓のパターンを作り出すように動き始めます。

反対に、なかなか成功できない掃除屋さんは、過去に上手く行った成功体験にしがみつくといい習慣があります。それが例え偶然の産物であってもそれにすがろうとするのです。そして、その姿が決定的な違いを、今後、両者の間に生み出します。

もし、このレポートをお読みのあなたが後者の掃除屋さんであれば、いまずぐ過去の成功体験(顧客が偶然に獲れた。またこの偶然が起こるのを待とうという潜在的願望)を捨てて、新たに顧客開拓の術を生み出す必要があります。

顧客の生涯価値が掃除屋ビジネスの将来を決定する！ 行列掃除屋が教えるリターン100倍の資本投下大作戦

【急成長する掃除屋の秘密】

急成長する掃除屋さんには、ある共通する思考パターンがあります。それは、先行投資をして顧客を開拓するというものです。

偶然の顧客でまかなえていたお掃除ビジネス初期段階、この段階では成長する掃除屋と、貧乏掃除屋の区別はほとんどありません。

どちらともが、開拓しやすい顧客と、偶然に出会った顧客を糧に、会社の営業活動を開始します。

ところが、ある一定数の顧客が集まって、新規の流入が著しく減少し始めた時に決定的な違いが生まれます。

先にもお話したように、業績が伸びない掃除屋は、偶然にまたやってくるお客をジッと待ちます。過去の甘い成功体験が忘れられないのです。

ところが、成長する掃除屋は、ここである経験をすることで成功の学びを1つ得ます。それが『先行投資』です。

「過去に偶然にやってきたお客は、ピギナーズラックであり、この甘い状況がいつまでも続くとは思えない。であるならば、必然的に顧客を集める、再現性のあるノウハウを構築しよう」という思考のもとに行動に出ます。

そして、タダ(無料)で集まっていた偶然のお客さんを、資本を使って必然的に集めようという新たなパターンに切り替えるのです。

業績の上がない掃除屋さんは、広告費用は儲かってから用意しようとしています。しかし、その思考には『偶然に儲かる』という前提があるため、いつまで経ってもその時は来ません。そして、偶然を待ち続けて顧客の流出というムチで会社の体力をすり減らしていくのです。

儲かる掃除屋さんは、まず最初に集客費用を捻出します。その費用がまた新たな収益を生み出す事を知っているからです。

そして、お掃除ビジネスは、その収益性(投資対効果)が非常に優れたビジネスでもあることも知っています。

例えば、毎月の定期清掃を1件、たった1件獲得できれば、自分の会社に顧客が一

顧客の生涯価値が掃除屋ビジネスの将来を決定する！ 行列掃除屋が教えるリターン100倍の資本投下大作戦

生のうちに平均255万円以上の清掃費用を支払ってくれ(生涯価値)、150万円近くの粗利益が会社の通帳に入ってくる事をご存知でしょうか？

この掃除屋ビジネスのロジックを知っていれば、毎月100件に10年間メール便でDMやニュースレターを送り続けても、たった1件の定期清掃が開拓できれば利益が出るということが理解できます。

掃除屋ビジネスは、毎月100件に10年間送り続けて、たった1件定期を獲得するだけで利益が出るビジネスなのです。

この投資の概念を、ビジネス初期の段階で学ぶには、偶然を必然にかえる『学び』が必要であり、自分の『ケチ心』を押さえ込む訓練を行わなければなりません。

そして、それをやり遂げてきたのが実践報告に出て頂いている『ダントツ掃除屋』の方たちなのです。

投資戦略を成功させるには、「お客さんに喜んでもらえる広告費であれば、存分に投資しても十分に元はとれるんだ！」という確信が必要です。そして、その確信とは『顧客の生涯価値』を知ることによって生まれてくるのです。

なかなかお客さんを集めるための投資ができない、もしくは今まで偶然に頼っていたとお気付きになった方は、今からでも全然遅くありませんので、この『掃除屋のための投資戦略』を学ばれてみては如何でしょうか？

投資に対する恐怖心と、成功に対する猜疑心を一気に晴らし、新しい顧客の流れを楽に作り出せるようになるはずですよ。

重要なのでもう一度。

お掃除ビジネスとは、『毎月100件に10年間メール便でDMを送り続けても、たった1件の定期清掃が獲得できれば30万円前後の粗利が会社の通帳に記帳される美味しい商売』なのです。

年収1000万円掃除屋の最終関門は『投資ができるかどうか』にかかっています。恐怖心と猜疑心に負けない理論武装で、貧乏に真正面から挑みましょう！

ダントツ掃除屋プロジェクト **宮本 涼**

投資戦略を一瞬でマスターしたい方は、こちらのCDが非常にオススメです

<http://osouji.ocnk.net/product/45>