

## プロフィール文章作成ワークショップ

プロフィールで伝えること

- 1・私は（ ）について詳しくお話しをすることができます。
- 2・私は（ ）が得意です。
- 3・（ ）が欲しい方、解決したい方は、私に相談してください。
- 4・私は（ ）をご提供することができます。
- 5・この仕事を始めたきっかけは（ ）でした。
- 6・これまでに（ ）や（ ）もしたことがあります。
- 7・（ ）でお困りの方はいませんか？私もかつては同じでした。
- 8・具体的には（ ）を行っています。
- 9・最近取り組んでいることは（ ）です。
- 10・（ ）が大好きでいつの間にか詳しくなりました。
- 11・今後は（ ）に挑戦したいと思っています。
- 12・夢は（ ）したいです。
- 13・将来は（ ）お店にしたいです。
- 14・いつの日か（ ）な社会が実現できればと思っています。

過去→現在→未来

実績→努力→聞いてわくわくすること（共感されること）

プロフィールページを見る人は興味のある人であることが多い。

相手が喜びそうな話題。（流行、旬、話題性、マスコミ）

知りたい話題。（メリット、こだわり、人柄）

専門用語は使わない。（中学生レベルの言葉）

失敗や挫折を活用（自分が成功事例）

伝えたいことを先に決める。（何が言いたいプロフィールなのか？）

写真で伝える。（プライベートの顔とプロの顔。）

キーワードをまとめて、文章校正ができれば、本格的に文章を作ってみる。

ごあいさつ

城岡崇宏「販促集客アドバイザー」誕生物語

はじめまして。「集客 WEB アドバイザー」の城岡崇宏です。

私はこの 20 年、「食」「サービス」に関わる仕事をしてきました。集客のサポートをする中で見かけたのが、数多くの「失敗例」や「勘違い例」。たとえば、「キャンペーン告知記事だらけの押し売りホームページ」や「雑多な情報を羅列した詰め込みブログ」、そして「ただ美しいだけのデザイン重視の名刺」など。

そして経営者は、ひたすら「売れない」理由を考え続けている。本当の答えはそこにはないのに、「集客できない」と頭を抱えて悩み続ける。いま読んでくださっているあなたは、「集客のヒント」がどこにあるかご存じですか？

「夜のすすきの」を駆け回った 18 歳のころ

……答えをお伝えする前に、私のこれまでの経歴を説明させていただきます。

私が飲食業の世界に飛び込んだのは 18 歳のとき。地元・北海道のすすきなので、レストランバーのアルバイトをしたのがスタートでした。面接に行くと、「あんたなら、なんでもできそうだな」と、店長が未経験の私を気に入ってくれたのです。採用か不採用かは後日連絡するとのことだったのに、その日のうちに店長から電話。「明日から来てくれるか？」の声に、もちろん即答しました。

本当に、心の広い店長でした。アルバイト店員でしかない私の「デリバリーをやろう」という提案も、聞き入れてくれました。結果的には、店舗売上よりデリバリー売上が上回る日もあり、大成功。雨が吹きすさぶ日も、凍えるような吹雪の日も、夜のすすきのを走り回ったことは、いまでもいい思い出です。

たかがアルバイト、されどアルバイト。一生懸命やると、お客さまに顔を覚えていただけるようになります。「城岡くん、パーティーの担当をお願いしたいんだけど」という問い合わせも入るようになりました。自分の存在を認めてくれる人が増えていく。すると、モチベーションも上がる。だから、「もっと喜んでいただきたい」とさらにレベルの高いサービスを追求するようになる。歯車がかみあって、すべてが正しい方向に進んでいきました。

アルバイトから「経営者」へ、そして会社員へ

21歳のときに、転機が訪れます。いよいよ、独立開業。15坪ほどの、アラカルトとカクテル中心のバーでした。場所はすすきの、スタッフは私を含めて4名。「カラオケパブとは違う！」ということを知っていたため、「カラオケを置かない」「従業員は酒を飲まない」「たばこを吸わない」。この3つは徹底しました。会話で楽しんでいただくお店にしたかったんです。

バー経営は長くは続きません。というより、続けるのをやめました。始めてから2年でクローズ。やめた理由は、「人で売上が左右する」店になってしまったから。人が離れると、客も離れる。「これではだめだ」そう思いました。「人」じゃなく、「店自体」にファンが根付く。そんなスタイルの飲食店を経営したかったのです。

そして次に作ったのが、「接客を重視した焼き鳥店」。客層の幅が広い分、もちろん競争相手もたくさんいました。が、焼き鳥店多しといえど、「楽しんでいただく」という感覚で経営している焼き鳥店は見かけたことがありませんでした。

順調に3店舗まで拡大した焼き鳥店でしたが、33歳のときに譲渡することを決心。若くして起業した私の頭の中にあるのは、商売とお客さまのことだけ。大切な従業員の気持ちを分かっていないことに気づいたからです。

経営者と従業員。経営者には経営者なりの想いや期待があります。しかし、従業員にも自分なりの夢や目標があり、人生がある。そんな当たり前のことを分かっていない私は、経営者としては力不足。「もう一度、やり直そう」そう決心した私は、自分自身が「勤め人」になることを決めます。本物の「経営者」になるためです。「経営者になる」ために、「経営者をやめる」。そう決心したのです。

そして私は、地元の飲食店経営の中小企業で働くようになりました。主な担当は商品開発や企画。市が主催するイベントのメニューを考案したり、生産者との共同開発で、ご当地グルメを意識した商品開発をしたりしていました。

#### 「名刺1枚」で始まった集客販促アドバイス

そのころ、会社勤めをしながら、副業で集客販促サービスも行っていました。アドバイス内容は、「お客さまにどんな気分になって喜んでもらいたいのか」を整理するということ。私は、「お客商売のプロ」。お客さまの表情をみれば、相手がどんな気持ちなのか、ある程度分かります。「初めて来た店だから、どんなお店なのか不安そうにしているな」「今日、仕事で何かあったのかな、イライラしているな」など。表情を読み解くことで、お客さまの状況を推し量る。そうして、次によるべき行動を知り、お店を改善していくのです。

この仕事は、基本的には名刺 1 枚の営業から始まりました。とはいえ、いわゆる「飛び込み営業」ではありません。実際に食事に行ったり、買いものをした先で知り合った店員に必ず名刺を渡したり。「自分が先にお客さまになること」を継続しています。普段お付き合いのある広告代理店や制作会社、カメラマンなどからの紹介が大半でした。

あるとき、お客さまに聞いてみたことがあります。

「もっと大きな広告代理店や WEB 制作会社があるのに、なぜ僕に仕事を依頼するのですか？」

返ってきた答えは意外なものでした。

「真面目だし、一生懸命やってくれるから」

お客さまの夢をかなえるためのサポートをしたくて選んだ仕事。それがおそらく、知らないうちに「真面目」「一生懸命」につながっていたのだと思います。自分の能力より、人間性で選んでくれていた。この事実には本当に驚きました。それまでは、勉強して結果を出すことだけが、お客さまに認められることだと思っていたのですから。実際はそうではなかった。聞かなければ、想像すらできない答えでした。

この言葉を聞いた私は、それまで以上にお客さまに誠意を尽くしました。その結果、副業という形ではなく、「個人アドバイザー」として活動できる基盤ができました。そして、独立。大手コンサルタント会社に勉強したわけでもない私でしたが、お客さまの数は着実に増え、目にみえる結果がうまれてきました。

アドバイスを形にする、デザイン制作業務をスタート

私自身の売上も、そしてお客さまの売上も伸びたのには、理由があります。それは、「集客」のツボを決してはずさなかったから。それこそが、冒頭の問いかけ「集客のヒントがどこにあるかご存じですか？」の答えなのです。ハッキリ言います。

——すべての答えは、リピーターが持っています。

実際に「買ってくれた」1%のお客さまに「どうして買ってくれたの？」と聞くことではじめて、答えが分かる。そして、次にとる具体的な行動が明確になるのです。99%の買わない人の理由を考えても、絶対に答えは出てきません。集客できない経営者は、「売れない」理由を、「自分で」考えています。「なにが売れるんだ？」「どうすれば売れるんだ？」と、買わない人の気持ちばかりを考えてしまうところに、根本的な問題があるのです。

私は、昔から売上に悩んだとき、自分では考えませんでした。必ず常連さまに理由を聞いてきたのです。なぜなら、答えはそこにしかないからです。

**「自分で考えないことが、集客の近道である。」**

このことを知っている人は、あまり多くありません。頭を悩ませるのは、ホームページやブログ、メルマガ、チラシ、DM、そして名刺などをきっかけにして、「来店してほしい」「問い合わせがほしい」、そればかり。それぞれのツールの役割が明確になっていないのです。

ホームページやブログ、チラシなどは、たしかに集客ツールですが、それぞれに役割があります。その役割をクリアにしておかないと、たとえ何十万円かけて立派なものを作ったとしても、なんら効果は生まれません。私は、それぞれの集客ツールの役割をこう考えます。

- ・なぜ購入してくれたかを聞くため
- ・喜んでくれたお客さまの声を聞いてもらうため
- ・アクセスしてくれたお客さまにお礼をするため
- ・協力者や仲間を増やすため

常連さまの喜びの声とは、言い方を変えれば成功事例です。いままで悩んでいた経営者さまは、たったこれだけのことを継続するだけで、来客数が増えるのです。

副業から始まり、個人アドバイザーとして関わってきた集客アドバイス。次第に自分に出来ることと出来ないことの区別がつくようになり、周りもそれを認めてくれるようになりました。

私は、個人事業主や中小企業さまを対象に、集客効果や反応率を重視した、販促物のアドバイスから制作までを行います。最後に、もう一度言います。

**——すべての答えは、リピーターが持っています。**

納得していただけた方は、ぜひ実践してみてください。あとは「真面目」に、そして「一生懸命」やるだけです。

最後まで読んでいただき、ありがとうございました。