

600名の清掃業者が契約を獲得した

喜びの声
多数掲載!

売り込まずに 定期清掃の契約を 獲得する方法

全日本クリーンマイスターズ協会代表

宮本 涼



飛び込み営業・売込みチラシ・ゴミ箱直轄のダイレクトメールなどなど
お客が嫌う営業を続ける限り永遠に定期清掃は獲得できない!

清掃業界No.1の成功仕掛人が教える
お客から「お掃除をお願いできませんか？」
と言わせてしまう売込み無用の魔法の営業法

病院・美容室・飲食店、どんな客層でも『コンタクトアゲイン』で定期清掃は獲得できる!

お客が嫌う営業をやめれば

定期清掃は簡単に獲得できます



はじめに

私の一日の仕事は、電話の子機の充電が完了しているかを確認することから始まります。毎日、朝から途切れなく鳴り続けるクライアントからの電話、その電話の数に子機の充電が耐えられるか、それを確認するのが『お掃除ビジネス成功請負人』という肩書きで働く私の、ここ数年の朝の日課となりました。

『お掃除ビジネスは儲かる!』そう聞かされて飛び込んだ起業の道。自由を求め飛び込んだ先に待っていたものは、自由ではなく『お金』と『時間』に追われる日々。それでも努力し続けなければいっつかは・・・という淡い期待が、多くのお掃除起業家の唯一の心の支えとなっています。

しかし現実はいっだって厳しいもの。いくら努力しても、どんなに徹夜で仕事をしても、どれだけ安い価格で下請け作業をやったとしても、自由はおろか、家族と過ごすほんの些細な時間やお金すら手に入れる事ができないのです。

何をどうすればよいのか？ 自分は何を間違えているのか？ 起業という希望に



膨らんだ夢は、いつしか絶望と混乱の日々にすり減らされ、何のために起業したのかさえも忘れさせてしまうほど、お掃除起業家を混乱の渦に飲み込んでいくのです。

なぜ清掃業者の多くは、利益はおろか、食べていくことさえもままならないほどに『収入』が少なくなってしまうのでしょうか？ それは『売上げ』が少ないからです。そして、その売上げの唯一の発生源である『顧客』の数が圧倒的に少ないからです。

後に詳しくお話しますが、程度の差こそあれ、日本に存在する清掃業者の約8割が経営難に陥っています。そしてその原因は、ひとえに『自分でお客をつくり出せない』という問題が引き起こしているのです。

なぜ私がこのような当たり前の話をするのか？ それは、多くの清掃業者は、顧客の少なさによって起こる経営的な問題を、技術開発や新しいお掃除サービスを新たなラインナップで問題解決しようとするからなのです。

多くの清掃業者が経営難に陥っているのは、清掃の技術不足や会社規模の優劣に

原因があるわけではありません。ましてや、経営者の才能やお掃除サービスが不足しているのではないのです。唯一の問題は、お客さんを作っていない。そのための確かな行動を行っていない。ただそれだけが問題なのです。

この書籍は、お客作りが苦手な清掃業者のために書かれた本です。

あなたがどんなに口下手でもお客さんを開拓できる手法、できるだけ長い間、お客さんとの良好な関係を作り出す方法が書かれています。そして、このノウハウは、起業から3年間の間、営業が苦手で顧客開拓ができないばかりに月収10万円の激貧掃除屋時代を過ごした私が、その苦境を抜け出すために苦心して生み出した『売り込みなし』『セールストークなし』の営業手法です。

私と同様に、頑張ってはいるが営業が苦手なばかりに金銭的な苦労を余儀なくされている清掃業者の方、この本は、そのような方々が少しでも多くのお客さんに出会い、そして永続的に続く関係を作るために開発された清掃業専門の営業ノウハウを網羅しています。

もしあなたが今、お客の数が少ないことで苦境に立たされているのであれば、ま



たは、営業が苦手な顧客開拓ができずにいるのであれば、ぜひこの書籍を最後まで読んでみてください。この書籍を読み終わっているころには、間違いなく『お客を作れない』という不安は消え去っているはずですよ。

なぜならば、この書籍の中で紹介している『日本で唯一の清掃業専門の営業法』は、その手法が簡単であるという事以上に、このノウハウを実践し、地域や顧客別にフィードバックをくれた仲間の約600もの事例があるからです。その事例があるからこそ、様々な環境の違いにも対応できる万能型の営業法なのです。

ぜひこの書籍をあなたの経営の立直しに役立ててください。そして、あなたが思い描いた起業のころの夢を叶えてください。それが、このノウハウを実践し、経営革新にまい進した同業の仲間たちの唯一の願いだからです。

一日でも早く、あなたが活躍する日が来ることを願っています。いつでもあなたの活躍を祈っています。あなたならきつと大丈夫！ あなたから喜びの声が届くことを心から願っております。

宮本涼

第一章



なぜ8割の清掃業者は
経営難に陥ってしまったのか？



8割が経営難に陥るお掃除ビジネス

日本全国には、約3万社の大小様々な清掃会社があります。(平成二四年度弊社調べ)

実はその3万社のうち、約8割の業者は、請負業務で売上げの七〇%以上をまか
なっているという事実をあなたはご存知でしょうか？ 分かりやすく言えば、半数
以上の清掃業者は、他人の売上の『わけまえ』に会社経営を依存させているとい
うことです。

この現実が指し示すのは、日本全国の清掃業者の8割は、自社で顧客を開拓する
ノウハウを持たないという現実です。自分で顧客を開拓できないために、他人の営
業力に頼らざるを得ない。その結果、当然のことながら粗利益の少ない仕事ばかり
が会社の予定表には書きこまれ、忙しいのにぜんぜん儲からないという状態に陥っ
てしまうのです。

なぜ多くの清掃業者は独自で顧客を開拓できないのでしょうか？

それは、どのような行動がお客さんを作り出すか具体的に知らないからに他なり



ません。

例えば、経営状態の思わしくない清掃業の経営者に、「この厳しい状況を抜け出すために具体的に何をすればよいと思いますか？」と質問をすると、ほぼ100%の割合で「新規開拓・営業をやったらよいと思います」という回答が帰ってきます。実は、ここが大問題なのです。

結論を言えば、お客さんは営業されることなんて望んでいません。あなたも何かを売り込むために営業にこられることなんてまっぴらゴメンなはずです。しかし、清掃業者の多くは、お客が欲しいならば営業だ！ということ、誰も望んでいない、というより、お客の誰もが嫌う「押し売り営業」をやってしまうのです。

ご存知のとおり、商売で儲かる鉄則は『お客が欲しいものを提供する』ということです。もう一步踏み込んで言うならば『お客が自分に必要なものを教えてくれるまでの仲になる』ことが、お客を増やす第一条件だといえます。

自社の顧客が欲しいということ、営業活動を行う清掃業者のほとんどが、その営業活動に挫折してしまうのは、お客に嫌われることをやりながら、契約を望むとい

う相反する行為を行うからに他なりません。その為、いつまでも結果が出ず、やる気ばかりをそがれてしまう。営業ができないとなってしまうのです。

何がお客を作る行為なのか？それを見つけない限り、営業というお客に嫌われる行為を続けながら契約を望むという『いばらの道』を進むことになるのです。

知らせないから知られない

そして、清掃業者が自前でお客さんを獲得できないもう一つの理由があります。それが『知らせていない』ということです。

下請け業務に依存している清掃業者は、新規客に対して『知らせる』という活動を行っていません。前項でお話した『嫌われる営業』も、一応は知らせる行為には成功しているので『知らせない』よりもマシです。ところが、下請け体質で悩んでいる清掃業者のほとんどは、実はこの『嫌われる営業』すらやっていない。つまり、この世に存在しないのと同じ状態で経営を行っているのです。



存在を知らせなければお客さんは注文のしようがありません。知らせないということは、知られたくないというのと同じ意味であり、お客さんを欲しくないといっているのと同じことなのです。

顧客開拓と聞くと特別なことをしなければならぬような気がしますが、決してそんなことはありません。単純な話、自分の顧客になりそうな方に対して①認知してもらい、②その人に好きになってもらい、③その人が望むものを提供する。

この3つが顧客を作る行為。経営難に落ちいつている清掃業者が顧客開拓を成功させるために、絶対に外してはならない鉄則なのです。