

成功事例報告

短い空き時間で、誰でもできる
カルダスのセールス方法



株式会社シンシアリティー

代表 三溝 誠

住所：千葉県成田市伊能2985-58

TEL 0476-49-3760

<http://www.sincerity.co.jp/>



カルダスのセールスは難しい

昔は、カルダスのような機能性乳製品は少なく、牛乳を飲む人も多くいました。しかし、ライバルの出現により、セールスで会える人たちは既に機能性牛乳を取っているか、ヨーグルトに関心を示し、カルダスに関心を示す人は少ない状況にあります。

関心を示さない人に関心を示させるためには、教育をしなければならない

- 牛乳嫌いの子供 ⇒ 成長期にカルシウムを取らないと骨は太くならない
カルシウムだけでは骨は形成されない
必要なカルシウムを牛乳以外で摂取するのは困難
普通の牛乳と味が違い、飲み易い
- あまり飲まない年配者 ⇒ 50代後半から骨密度が低下する
60代で30%、70代で50%が骨粗鬆症
要介護になる23%は骨や関節が原因
たんぱく質も同時に取らなければならない

上記のターゲットは、最初のセールス時に断るのが一般的であり、断られてからのセールスは専門的な知識、会話術が必要となります。

つまり、プロのセールスでなければカルダスで契約を決めることは難しいのが現状です。

しかし、説明を多くしなくてもカルダスに関心を示す人はいます！

それは、訪問セールスやテレアポでセールスを受けたことの無い人です！

会えない人にどうやってセールスするのか？

通常のビラ配りでお試しの反応は、1万枚配り、3件の申し込み（0.03%）
これでは、費用的に合いません。

1万枚のパンフレット代 3円×1万枚＝3万円

1万枚の配布コスト 4円×1万枚＝4万円

合計 7万円で3件の申し込みとなると、1件2万円以上となります。

ビラ配りは既に終わった手法のように思えますが、工夫をすればまだ通用すると思えました。

仮説（申し込み率、契約率を高くするための方法）

- ① 関心を示すパンフレットを作成する
- ② パンフレットを手にとってもらえるようにする。
- ③ 申し込み方法をハガキではなく、電話&インターネットに変更する。
- ④ 素材をインターネットで学んでもらえるようにする。
- ⑤ お試し期間を1週間ではなく、2週間に変更する。
- ⑥ 体験スタート前にしっかりと商品説明をする。
- ⑦ 体験終了間際に声かけをする。





試みた新たなポスティング&2週間の体験セールス

- ① 薬事法により具体的なメリットを詳しく書けないのであれば、グラフを多用し、デメリットを回避するためにカルダスを試したくなるようにしました。
- ② ポストにパンフレットを直接投函する方法を選びました。
新聞、地域新聞を利用したが、反応は0件だった。
それに対し、スタッフが一軒一軒に配った結果は、0.1%であった。
給料体系にも工夫をしました。
ポスティングの給料体系は1枚/〇円だけがスタンダードですが、
1件の申し込みがあれば、500円の報酬を約束しました。
↓
配ること重視から申し込み客を狙った配布方法になる。
例えば、一度に多く配れるマンションや団地だけでなく、戸建て住宅にも積極的に配るようになり、独身アパート、空家などには配らなくなる。
- ③ 申し込み方法をハガキからTEL&インターネットに変更しました。
ホームページを立ち上げ、スマホからQRコードで直ぐにアクセスできるようにした。
若い人は、ハガキを書くのが面倒と感じ、ポストに入れることを面倒と感じ、
いつ連絡があるかを待つのが面倒と感じると予想しました。
何件かはポスティングしたその日のうちに申し込みの電話がありました。
- ④ 販売店のホームページで商品の素材を学んで頂けるようにしました。
興味を引く質問を載せ、そこから森永乳業のホームページの素材説明ページに飛ぶように設定しています。
理由：若い人は、何かを購入する前にインターネットで調べる傾向がある。
説明をしなくても、自分で学んで頂ければ商品の素晴らしさを理解して頂ける。
- ⑤ お試しを2週間の体験とし、味だけでなく、宅配を経験して頂くようにしました。
あえて、通常の宅配コースに組み込み、合計6回の宅配をすることにより、
宅配を意識して頂きました。
- ⑥ ポスティングスタッフにカルダスの商品知識を教え（3時間の講習）申し込み客に体験スタート前の挨拶に行ってもらうようにしました。
申し込み客に対する愛着もあり、契約に結びつくように専門的な説明をしています。
箱置きの仕事：500円 契約になった場合：2100円/週7本
- ⑦ 5回目、6回目（最終配達）の前後にクロージングのセールスを実施させました。
何度かお客様と顔を合わせるにより、お客様との距離が近くなります。
お客様の心が揺らいでいる場合、直接会うことにより、迷っている気持ちを契約に傾けることができるようになります。



2ヶ月実施した成果

配布枚数：2万枚

申し込み件数：22件

※ 当初はA4サイズでパンフレットを用意したが、途中で1サイズ上のB4サイズにしたところ、申し込み率は高くなりました。

A4パンフの申し込み率：0.07% 1万枚／7件

B4パンフの申し込み率：0.15% 1万枚／15件

契約率：87.5% (14／16)

お試し前のキャンセルは、他店の森永で利用していることが発覚したためです。

実際の契約率は90%を越えています。

費用の計算

ビラの印刷・・・3円 × 2万枚 = 60,000円

配布コスト・・・4円 × 2万枚 = 80,000円

申し込み報酬・・・250円 × 22件 = 5,500円

事前挨拶・・・250円 × 21件 = 5,250円

契約報酬・・・1400円 × 20本 (予想) = 28,000円

1本の平均単価 8,938円



やればやるほど申し込み率は高くなる？

同ジェリアに何度か配布することにより、申し込み率が高くなっています！

世田谷食品が繰り返し宣伝していることから明らかなように、繰り返し宣伝することには効果があります。人々から認知され、安心されるのだと思います。

最初の1万枚より次の1万枚の方が良くなっているのは下記の努力の成果だと予想します。

- ① B4サイズに変えたこと
- ② 同ジェリアに2回目、3回目ポスティングしている
- ③ 庭にいる人には声掛けをしている



注意事項

- ビラは計画的に効果的にまかななければならない
- ホームページを立ち上げる必要がある
- 電話が繋がるようにしなければならない
- カルダスのセールストークを学ぶ必要がある
- メールでの申し込みに対応できなければならない



費用を安く抑える方法 ⇒ ビラ撒きを自分や家族で行う

(価格表) <http://www.sincerity.co.jp/course5010.html>

掛かる費用 ※別に消費税が掛かります。



パンフレットの型作成

5,000円 (税別)

QRコードの作成代を含みます

パンフレットの印刷

カルダスバージョン



A 4 版	1 0 0 0 枚以上	<u>1 枚 5 円</u>
	2 5 0 0 枚以上	<u>1 枚 4 円</u>
	5 0 0 0 枚以上	<u>1 枚 3 円</u>
B 4 版	1 0 0 0 枚以上	<u>1 枚 7 円</u>
	2 5 0 0 枚以上	<u>1 枚 6 円</u>
	5 0 0 0 枚以上	<u>1 枚 5 円</u>

ヨーグルトバージョン



※2つ折り加工での発送希望の場合
1枚1円UPとなります。

ホームページの作成費用

30,000円 (税別)

※ドメインの取得・レンタルサーバーの契約や設定・更新は不要です。

※お客様にてHPを更新されれば、ホームページを無料で運用できます。

(以下の作業を含みます)

メインページ、サブページ (4 ページ)

ーデザインは、既存のテンプレートを使用します。

<https://sites.google.com/site/stsmilkdelivery/>

Google アカウントの取得 (Gmail) - HP 管理、連絡用メールアドレス

無料体験お申し込みフォームから指定のメールアドレスへの送信設定

スマートフォン・モバイル対応サイト設計

オプションページの作成（1ページ毎）

5,000円（税別）

- 例) 店長日記（ブログ）
- スタッフ紹介
- その他応相談

ホームページ管理更新料（AかBを選択）

A. 月額定額

5,000円（税別）

何度でも画像の差し替え・文字の更新をします。

B. 都度更新

500円（税別）

1画像、文字1回につき課金

無料体験フォーム内の更新

質問事項の変更・追加・修正

1,500円（税別）

メール送信先の変更

1,500円（税別）

返信メール内容の変更

2,000円（税別）

※メール対応ができない販売店は1件500円にてFAXに変換し送信します。

ポスティング&2週間の体験セールス指導 **30,000円+交通費実費**

合同で受講する場合、2名以上	20%引き+交通費実費
6名以上	30%引き+交通費実費
11名以上	40%引き+交通費実費
21名以上	50%引き+交通費実費

発展する可能性

セールススタッフを募集してもなかなか集まらないのが現状です。

しかし、ビラ撒きスタッフなら如何でしょうか？かなりハードルが下がると思います。

まず、ポスティング&お試しセールスを教え、能力に合わせ、段階的に教えることができます。

- 1段階目 ポスティング&2週間の体験セールスを教える
- 2段階目 ラクトフェリン、カート缶の説明方法を教える
- 3段階目 ポスティングから声掛けセールスに移行する（2週間のお試しは変わらず）
戸別にインターホンを押し、街頭で声掛けをし、ビラを配布します。
- 4段階目 2週間のお試しセールスからサンプル配布をし、数日後にクロージングする
通常のセールスを教える
- 5段階目 会話の応用テクニックを段階的に教えていく

その他、配達員には配達の前後に、ビラを配ってもらったり、
キャンペーンと称して施設で配ってもらうことも有効だと思います。

