

はじめに

安売り競争は大手にやらせておけ！

私はこう言いたいのです。

残念ながら、世の中の多くの経営者が、あまりにも安易に安売りをしています。本書を手に取っていただいているあなたが、小さな会社や店の経営者だとしたら、今すぐ安売り競争はやめていただきたいのです。

はつきり言います。

安売り競争に参加するのはバカのやることです。

この本を手にとった方は、安易に安売りをしないでください。安売りは、大手量販店にやらせておけばいいのです。

さて、本書は少し厳しいトーンではじまりましたが、気合いを入れるための書ではありません。きわめて合理的に、その商品が本来持っている価値を伝えるための具体的な方法、「価値を最大化して販売する方法Ⅱ利益を取る方法」をお伝えするのが、本書の役割なのです。

わかりやすくするために便宜上、キャッチコピーという言葉を使っていますが、はつきり言って、ただのキャッチコピーとは一緒にしていただきたくありません。もっとパワフルで必勝の技なのです。さらにすごいのは、**ここでお伝えする「コピーの型を覚えるだけで、誰でも簡単にキャッチコピーをつくることのできる」という点です。**

その証拠を少しだけお伝えしましょう。本書でご説明する「高売れキャッチコピー」の書き方にしたがって完成されたキャッチコピーが叩き出した結果です。くわしくは3章で解説しますが、その一部をご紹介しますと思います。

- ・カット代が、ライバル店の133%高くても売れている美容室
- ・チェーン店より1・6倍も高いが、いつも売り切れになるピザ屋
- ・定価で売れている眼鏡小売店
- ・大手メーカーの2倍以上の価格帯でも大人気の酢
- ・オートボックスで50%引きのカーナビが、定価で売れるカーシヨップ
- ・市場価格より2倍高くても、見積依頼が絶えない業務用カッター

ともすると、安売り競争に走りがちな業界も含まれているかと思えます。しかし、ここで紹介した事例では、安売り競争に参加するどころか、高値販売しても多くのお客様から支持され、なおかつ利益も出しているのです。

つまり、「高売れキャッチコピー」を使って大成功している会社や店ばかりなのです。

どんな業界、商品・サービスを問わず、この方法が活用できるのです。

かく言う私も、かつては安売りをしていました。以前、私はホームページ制作を請負う会社を経営していました。そのときは、安くしなければ売れないと考えていたため、

ずいぶん安い見積りを出していました。

ところが、結局そのやり方では経営はうまくいきませんでした。なぜなら、安くすると利益が出ないので、たくさん売ろうとその分無理をします。しかし無理をすると、社員の負担が増えるため、彼らのモチベーションは下がり、1人、2人と辞めていきました。

この会社は弟と共同で経営していましたが、そのうち弟との関係もギスギスしはじめ、結局弟とも袂を分かつことになってしまいました。利益が減り、スタッフも減り、首が回らなくなってくると、社長である私は、そのストレスを妻や家族に発散してあたり散らしていました。

幸いなことに、家庭崩壊の一步寸前で、この状態を何とかしなければ先はないことに気づき、まさに、地獄の一步手前で踏み留まることができたのです。

何に手をつけたかと言うと、まず自社のサービスであるホームページ制作という請負サービスの価値について考え直したのです。その価値を、わかりやすいキャッチコピーで伝えると、お客様に伝わるサービスの価値が最大化されたのです。

そうすると、「価値が伝わる↓よいサービスが提供できる↓スタッフのモチベेशヨ

ンが上がる↓利益が残る」といったように善循環になりました。お客様に喜ばれ、社員一同も喜ぶという結果になったのです。

安売りは、大幅な市場シェアを取り、その分野、地域で圧倒的な売上げを誇る一番の会社や店だけが取る方法です（ただ、このやり方自体もうまくいかなくなりつつある）。

大手以外が、価格競争というレースに参加すること自体が苦難のはじまりなのです。

その他大勢の小さな会社や店が取り扱っている商品・サービスの場合、検討される価値が価格だけになるのは、絶対に避けなければなりません。

言い換えると、自社が提供している商品の価値が最大化できるお客様に販売するように心がけなければなりません。そうするためには、ターゲットのお客様が集まりやすくするための仕組みが必要です。そして、その第一歩が、「高売れキャッチコピー」なのです。

昨今のようにモノが溢れた成熟化社会では、このような考え方が重要になってきます。

安売り競争と「さよなら」しませんか？

安売り競争は大手にやらせておけ、と言いました。しかし、その本質は、無思考で安く売る前にやるべきことがある、ということなのです。多くの現場を見てきた経験から、高売れキャッチコピーは、小さな会社や店にこそ合っていると私は考えています。

本書を手にとっているあなたにお願いがあります。

まずは、今後は安売りをしないと約束してください。自分たちが愛してやまない商品価値を最大化していただきたい、と願っています。今こそ、商売人としての誇りを取り戻していただきたいのです。

用意はいいですか？ では、はじめましょう。