

空室解消ニュースレター

9月号

- いまどきのお客さんの集め方 Part2
- 商談中の物件情報！—S O H O物件続々進行中—
- 今月の超おすすめ本—「気のきいた人」と言われるヒント—
- 編集スタッフの「つぶやき」—リモテルが起こす事柄—

いまどきのお客さんの集め方 (Part 2)

先日、15日に阪神タイガースが18年振りのリーグ優勝を決めました。今月も、これを記念して阪神タイガース特集と言いたいところですが、他球団のファンの方にも配慮して、今月は元に戻して「いまどきのお客さんの集め方 (Part 2)」、広告効果についてご報告します。

当社では、7～9月にかけて4種類の広告に挑戦してみました。まず、第一段は7月号でお話したとおり、「Za Beat」というフリーペーパーへの広報（広告1参照）です。このFPは、毎月1回、堀江や南船場に約2万部発行しているもので、この界限ではとても有名です。若者向けの広告効果を期待していましたが、その結果は、何と、直接の問い合わせは0件。とほほ……。しかし、普段20件前後のホームページ（HP）アクセスは、発行日翌日74件、2日目33件、3日目40件と普段の倍以上。

続いて、実験第二段として8月23・30日、9月6日の計3回、新聞の折込チラシにもチャレンジしてみました。折込チラシは1枚裏表全てではなく、立地移転サービス㈱さんが毎週出されているチラシの片面1/6（中央区・西区で各週、約3万枚、広告2参照）を間借りしたものです。こちらでは、直接の問い合わせが2件、HPアクセスは普段と変化なし。この実験のチャンスを下ったのは、西区で不動産売買の仲介をされている立地移転サービス㈱（TEL0120-59-3711）の中村社長様です。この場をお借りしてお礼申し上げます。ありがとうございました。

第三段として不動産仲介業の王道、看板です。現在進行中の北堀江プロジェクトの玄関に当社の募集看板（看板1参照）を貼っています。その反応は、約2週間で直接電話による問い合わせが5件と良好です。物件自体の立地の良さもあると思いますが、不動産を紹介している看板らしくない当社の看板の効果があつたかも？……

最後は、ゲリラ戦略でダイレクト電子メールです。これはホームページを片っ端から見て行き先方のメールアドレスを入手する大変地道な作業が伴いますが、100件中1件の確立で反応がありました。広告としてはかなりの確立です。

これらを通して感じたことは、全ての事柄にパーフェクトに適應できるものは

ない。トライ アンド エラーを繰り返しながら、何事も地道な努力を重ねて少しずつ前進して行くものということです。以上



(広告1)

(広告2)



(看板3)

お詫び：7月号の「NHKで生中継されました」の協力企業様に株式会社 大阪タカラ販売様が抜けておりました。心よりお詫び申し上げます。

進行中の物件情報！

SOHOプロジェクト

■ 北堀江1丁目ビル

**SOHOプロジェクト第3弾！！9月中旬工事着工予定！！
わがままオーダーシステム採用物件！！**

所在地：大阪市西区北堀江1丁目、構造・規模 SRC造9階建

現状：事務所→店舗・事務所・SOHO

■ サンイースト南堀江 1室6月中旬完成入居済！2室目完成入居済！！

所在地：大阪市西区南堀江2丁目、現状：事務所→SOHO

* 実物写真がHPで閲覧できます→<http://www.giken-net.jp/design%20no.4.htm>

NEW ■ 阿波座プロジェクト 現況：事務所→SOHO オーナー提案中

NEW ■ 南農人町プロジェクト 現況：事務所→SOHO オーナー提案中

その他

賃貸マンションプロジェクト

NEW ■ パティオ北加賀屋 改装提案中

■ 松本ビル 改装工事中

■ ワコーレ里中 改装工事済

今月の超おすすめ本！（設計部 棚橋）

【 「気のきいた人」と言われるヒント プラスαの知的仕事術 】

清水 省三著

PHP 研究所 1,238 円

現代のビジネスマンとして、ビジネスライフを豊かにするために今迄知り得た事を若い人に簡潔に解り易くもれなく伝えるために、頭の中を整理したくてこの本を読みました。

まずまえがきで、

- ・ **現代は仕事のできる人間のみが生き残る時代と言われている**
- ・ **取り残された企業は容赦なく倒産の憂き目にあう**
- ・ **個人として実力のない人や役に立たないビジネスマンは企業から追い出される時代**

と書かれています。

そして、大きく五つの章に分けられ、プラスαの必要性、効果などがわかりやすく書かれています。

第一章では、子供の頃のグリコキャラメルのおまけ、演奏会でのアンコールのおまけの小曲を例に上げ、**プラスαの期待、感激**を訴えると共に、仕事の基礎「三つの鉄則」として、1) 品質、2) 納期、3) コスト（原価）の説明がされています。

第二章・第三章では、「ほうれんそう（報連相）」を「**コミュニケーションアップ**」**プラスα**として、それらの意義・効果、又は、上手な仕方・受け方の説明がされています。

第四章では、「**ビジネスマナー**」**プラスα**として、正しい敬語の使い方が紹介されています。例として下記の敬語の使い方を挙げました。どちらが正解かお分かりですね。

- 1) 自分の上司に対して、「課長の申されたことについて…」 or 「課長のおっしゃったことについて…」
- 2) 来客に対して、「受付で伺ってください」 or 「受付でお聞きになってください」
- 3) 客に対して、「私どもの〇〇社長が…」 or 「私どもの社長の〇〇が…」

第五章では、事例として「気をきかせて」天下人になった秀吉が紹介されています。さらに、**仕事の「重要」・「緊急」・「優先」をわきまえて仕事をする必要性、固定概念・思い込みを捨てる必要性、自分の「売りもの」を持つことの必要性**が書かれています。

そして最後に、プラスαの仕事のできる人間になるには、

- 1) **挑戦（チャレンジ）精神を忘れるな**
- 2) **前向き、プラス思考で事にあたる**
- 3) **創造（クリエイティブ）する心を忘れない**

という三つの法則の実行が不可欠だと述べられています。

特に目新しいことは書いていませんでしたが、頭の中を整理するために非常に役立つ本でした。

以上

編集スタッフの「つぶやき」ーリモデルが起こす事柄ー

顧客満足とはなんぞや??と考えながら日々を過ごしている私ですが、お客様の生の声を聞くことは非常にありがたく、当社のサービスをより良くする大きな糧になっていると思います。

そこで先日、当社のSOHO物件第一号南堀江のサンイーストビルに入居された方に、物件探しから当社物件に入居を決定するまでの話をインタビューをさせて頂きました。

入居されたのは、このビルを起点にグラフィックデザインの企画会社を始められたTさんとその仲間の方たちです。

沢山の物件がある中で、当社のリメイク物件を選んで頂いた理由は、

- ・ 先進的なロケーションだったこと（物件：南堀江2丁目）
- ・ ビル、部屋内共清潔であったこと
- ・ エレベーターが2基ついていたこと
- ・ エントランスの雰囲気良かったこと
- ・ 値段との釣り合い良かったこと（新築ではありえない価格であった）
- ・ ホームオフィスのような内装が気に入ったこと

と答えて頂きました。

また、Tさんは、南堀江界隈は街自体がとても刺激的になっているのでそういう場所で仕事場を設けたかったとおっしゃっていました。仕事でのインスピレーションは様々な人達のいる場で受けるようです。

ここで私が思ったのは、ビジネス街やファッション街、住宅街では文化は生まれにくいということ。

ニューヨークのウェストビレッジ・イーストビレッジ・ソーホー・トライベッカ地区や東京の南青山地区などに挙げられるように、職と住が混在する街でこそ文化が生まれ、街が本当の意味で活性化しています。街が若者達だけのものになってしまうとそれはただの盛り場になるだけです。子供からお年を召した方までがみんな気持ちよく過ごせる街でこそ、伝統が継承されたり、伝統をアレンジした新たな文化が生まれたりするのではないのでしょうか。私たちの大阪では、そのような地区はまだないようですが、堀江や南船場がそうになっていけるような気がしました。（岡崎）

「空室解消ニュースレター」編集部

株式会社技建設計 リ・モデル事業部

〒550-0012 大阪市西区立売堀1丁目6番8号

当社モデルルームは随時見学可能となっております。見学をご希望の方はリモデル事業部までご連絡下さい。

TEL 06-6533-5145(代) FAX 06-6533-5146

URL:<http://www.giken-net.jp>

Email:remodel@giken-net.jp

Copyright (c) 2003 (株)技建設計 all rights reserved