

CHUOH TRY+ANGLE

知っ得通信

2012年3月21日発行 編集・発行：中央教育研究所(株) 〒732-0811 広島市南区段原2-15-5 <http://www.chuoh-kyouiku.co.jp/>



中土井鉄信の「地域一番の繁盛塾になるための最強法則」 vol.1 ＜ポスティング再考＞

今回からこのメールマガジンでコラムを担当させていただきます合資会社マネジメント・ブレイン・アソシエイツ中土井鉄信と申します。弊社は、学習塾・学校のコンサルティング、研修活動、講演活動を行っております。このコラムでは、皆様の塾経営・教室運営の参考になるような弊社の具体的ノウハウを力いっぱいお伝えしていこうと思います。どうかよろしくお願いたします。

初回となる今回の内容ですが、やはり皆さんが一番気になる集客活動をテーマにしようと思います。そこで、効果的な「ポスティング」について考えてみたいと思います。

ポスティングに対しては、「労力がかかる割には結果が思わしくない」、など否定的な意見も少なからずあると思います。しかし、私は、ポスティングは積極的にやるべきだと考えています。「自塾の認知度を高めるツール」として非常に有効だからです。

「ザイオンス効果」というものをご存知でしょうか。「単純接触効果」とも呼ばれるもので、アメリカの心理学者ロバート・ザイオンスが実験によって明らかにしました。「人はあるモノや人に繰り返し接することで、それに対して好感を抱きやすくなる」という心理現象です。

例えば、私は好きでよく炭酸飲料を飲むのですが、コンビニなどで、たくさんある中からつい手にとってしまうのは、よく知っている有名企業のもので、全く味を知らない新商品が並んでいても、つい、いつも飲んでいて会社のものを選んでしまいます。これも一種のザイオンス効果です。あなたにも似た経験があるのではないのでしょうか。

顧客が「塾に行きたい」というタイミングはさまざまですが、学習に関して不安や悩みが発生したときに、それを解消するために「塾へ問合せよう」と考えます。そうして次に具体的に「どこの塾がいいかな?」と考えます。

まず、大手学習塾がいくつか候補になります。年に何回も大量にチラシを撒き、新聞広告も出し、駅に看板も設置されています。名前の露出が多いのです。そんな中、自塾も候補になるためには、普段から名前を覚えてもらうための地道な活動の継続が必要となります。

実は、自分が思っている以上に自塾のことを知っている人は少ないものです。試しに近所のコンビニや本屋を回って、レジで「〇〇塾ってどこにありますか?」と尋ねてみてください。また、道に迷ったふりをして同じことを道行く中学生や主婦に尋ねてみてください。自塾の認知度がよく分かります。

だからこそ、ポスティングです。ポスティングはチラシに比べて格段に安く上がります。「〇〇中学限定」などの狭い地域の狙い撃ちも可能

です。地道な告知活動に非常に効果を発揮するのです。是非、ポスティングを継続してやってみてください。

さて、そうはいつても、どうせやるなら、なるべく効果を高めたいものです。そこで、ポスティング戦略の一つをご紹介します。それは、「マーキング」です。

まず、教室周辺の地図を用意し、以下の二つの作業を行います。

1. 在籍生全員の住所に、学年ごとに色を変えて蛍光ペンなどでマーキングします。
2. 新聞チラシが入るエリアと入らないエリアの境界線に線を引きます。

この作業を行い、具体的なポスティングの方針を決めていきます。

- ・在籍生が多い地域では口コミが広がっている可能性が高いので、イベントなどに手早く人を集めたければ、その地域で重点的にポスティングを行う。
- ・チラシ境界線付近で、生徒が一人でも来ている場所があれば、新聞折込が入るタイミングでその周辺に告知のためのポスティングを行う。
- ・戸建てへのポスティングは大変だが、生徒が数人来ている地域があれば、小敷でも定期的にポスティングを行う。

マークされた地図を見ながら、例えば、このようにポスティングの方針を決めて実施していきます。実施する場合は、最低でも3回はその方針に従って同じ箇所に続けて行い、効果を確かめることが大切です。こうした分析と実践を通して、自塾なりのポスティング配布における勝利の方程式を構築して下さい。そうすれば、たとえ失敗したとしても、次に繋がる情報がたくさん得られるはずで、是非、頭を使って楽しみながらポスティングを実施して下さい!

最後に弊社からのお知らせです。弊社主催セミナー（東京・大阪）が5月27日を皮切りにスタートします。全3回の初回のテーマは「集客したけりゃチラシにこだわれ!」です。チラシにまつわることについて徹底的に考えるセミナーです。資料を送り致しますので、電話045-651-6922、もしくは mailadm@management-brain.co.jp まで、お気軽にお問い合わせ下さい。

3月、多くの塾が新年度を迎えたことと思います。また、ほとんどの地方で公立高校の受験が終わり、今は合否発表をドキドキしながら待っている時期でしょうか。

先日、とある会社の中部本社に招かれて、懇談をしてきました。広く、立派な応接室で支社長（本社役員）の方と1時間ほど話をした後、食事のために社屋を出ることになったのですが、そこで私は1つの仕掛けをしました。

部屋に通された時、秘書の方がコーヒーを持ってきてくれました。その飲み干したコーヒーカップをそのままにして退室することになった時、私はこっそりと名刺を取り出し、「ご馳走様でした」とメモ書きして皿の下に挟んでおいたのです。

数日後、私のセミナーに参加してくれた社長が講演の後に私のところに来て言います。

「先日、弊社にお越しいただいた翌日の朝に、秘書の〇〇から資料を受け取ったのですが、その一番上に森先生の名刺が挟んでありました。見ると、『ご馳走様でした』の文字が。秘書に尋ねると、森先生がコーヒーカップの下に挟んであったとのこと。秘書がいたく感動し、私に知らせるために資料に添付したと言っていました」

作戦成功です。

このメール・セミナーでも「ありがとう」の効用を主張したことがあります。コンビニで缶コーヒーを買っても、9割の人が無言でレジを去っていきます。ところが、そんな人たちにアンケートを取ると、言われて嬉しい言葉の1番はダントツで「ありがとう」です。ビジネスマンに「最も嬉しい時は？」と尋ねて給料日を挙げる人はいません。多くの人が「お客様から『ありがとう』と感謝された時」と答えます。誰もが言われて嬉しい言葉を誰も使わない不思議…。私は積極的に「ありがとう」を使うことをお勧めしています。

今回の場合は、コーヒーを持ってきてくれた時に「ありがとう」を、片付けに来てくれた時に「ご馳走様」を言うケースです。しかし、大抵の場合、客が退室した後にコーヒーカップは片付けられ、「ご馳走様」を言うチャンスがありません。もちろん、目の前の責任者には言うのですが、コーヒーを運んで、片付けて

くれる人にも感謝を伝えたい。そのために私は、どこかに訪問するときは事前に「ご馳走様でした」とメモ書きした名刺を準備しています。

大抵の場合、お茶やコーヒーを用意してくれるのは、事務担当の女性の方です。正直、つまらない仕事（作業）です。しかし、そうした仕事にも感謝を伝えることができれば、感動を提供することが出来ます。他社を訪問する機会の多い営業の方には絶対におススメの方法です。

「いや、塾の経営社は頻繁に他社を訪問することはないから…」とお思いでしょうが、この事例から2つのことを学んでください。

1つは「感動は小さな工夫で作ることができる」という事実です。この場合も、なぜ秘書の方は感動してくれたのか…そんなことをした来客が今までいなかったからです。コーヒーを出されることを当たり前と思っていると、そこで思考が止まってしまいます。工夫することはありません。きっと、秘書の方の記憶に残ることもないでしょう。毎日やってくる大勢の来客の一人にすぎません。

2つ目は「人は感動すると誰かに伝えたくなる性質を持っている」ということです。口コミ・評判の源泉は感動です。実際、秘書の方も感動したから社長に伝えようと動いてくれました。（もちろん、それが私の狙いです）そして、そうした時は必ず、感動は増幅して伝わります。

あなたも生徒を褒めることがあると思います。もちろん、普段は直接褒めることが多いと思いますが、時には「人伝（ひとづて）」に褒めてあげてください…母親に電話するのです。

「いやあ、今日、模試の結果が届いたのですが、〇〇君が春期講習の成果を見事に発揮してくれて嬉しくなって電話しちゃいました」

我が子を褒められて嬉しくない親はいません。きっと、帰宅した息子に「ご自分の感動を上乗せして」伝えてくれることでしょう。「叱る時は直接、褒める時は間接」が効果的なのは確かです。

新たな年度が始まります。塾内が感動でいっぱいになる運営を心掛けましょう。これから一年間の健闘を期待します。

ほとんどの塾が個人経営から企業化され、組織として成熟して大手塾となっているが、継承問題は例外なく深刻であり、最優先課題なのに、解決しきれない問題も孕んでいます。各地の論客である経営トップや幹部の方々に、継承問題について取材しました。都合上、匿名とさせていただきます。

■遠隔地経営の解消

—どうして突然遠隔地の校舎を売却することになったのですか？

「お言葉ですが、突然ではないのです。この一年悩みに悩んできたのです。生徒数はなかなか400人を超えないし、校舎数も4校舎のままで、スタッフの焦りもあったわけですが、一番は離れて指示を出す我々が精神的に不安定になったからです。正社員講師を10人以上も配置しているのに、なかなか成果が出せないのは、組織として中途半端だからではないのかという考えが生じてきて、それじゃあ一気に切り離してしまおうと・・・」

—経営的には上手くいっていたようですね。

「ええ、一億円近い黒字でしたから、購入した大手塾も『これは良い買い物をした』と言ってくれました。個別指導が中心でしたが、その延長線上にグループ指導もあって、利益率は良かった。校舎も100㎡前後でコンパクト、まさに『小さく産んで大きく育てる』塾だったのですが、どうしても生徒数が伸びなくて次の校舎が出せない。出せないということは新しい校舎長も生まれません。つまり、組織の硬直化現象が起きていたわけです」

■突破口

—今回の売却によって現場の活性化には、なっているのでしょうか？

「今まで見えなかった新たな希望の光というものは彼らに見え

てきたようです。待遇も良くなるのが約束されたし、新たなツールでオプション講座もスタートします。彼らの塾を見る目が変わるだけでなく、彼等を見る生徒や保護者の目も変わります。それが活性化そのものだと私は思っています。これまで彼らを閉じ込めていたものが振り払われ、自分たちの力で突破口を見出していく・・・元々経営的にはプラスだったわけですから、仕事量が増えても遣り甲斐はあると思います」

—本部としての問題点はなかったのですか？

「私を含めて経営陣の高齢化が深刻であり、これまでのようなアクティブな経営はできないという確信を得て、今後はこちらにも後継者に経営を委託していきたいと考えています。もちろん信頼できる方がいればM&Aも視野に入れてあります」

■見切

—利益が出ているのに売却してしまうということは、かなり思い切った決断が必要だったと思いますが、後悔はありませんか？

「現在の経営が堅調であっても、この先どうなるかを予測して、社員それぞれのプラスになる方向性を見出すことが必要だと思います。今ではなく先のことを『見切る』ということですね。事業譲渡しても、私たちは引き続き彼らの支援をしていきます・・・今度は資金面ではなく精神的ものだけになりますが、人間関係もむしろ金銭が関係ないほうが上手くいく場合が多いわけですから、私たちの本当の信頼関係はこれからスタートするのかもしれない。

新しいオーナーは、『3年間は彼らに任せる』と言っており、資金面や人的支援だけでなく、情報交換も密にしていこうです。理解ある経営者とのソフト・コラボレーションで、一皮むけた経営が実現していけると私は信じています」



これからの時代をどう生きるべきか、教育はどうあるべきかなどについて、業界の御大にお聞きしました。

バイリンガルが当たり前

— 昨年は震災があり、原発問題に節電、世界的な景気低迷と国際紛争など、多々ニュースがありました。そのような中で子供たちはどう生きていくべきでしょうか？

「引きこもりっていうのがあるけどさ、日本人が日本国内に引きこもってしまったら、島国の中に孤立して世界から見放されちゃうよ。だから、やるんだったら、生まれてすぐに語学教育をしなくっちゃ駄目なんだよ・・・やるなら徹底的にやりなさいということ。中途半端が一番イケないし、カリキュラムでちょっとだけやってお茶を濁したり、資格がどうだこうだってもダメだ。バイリンガルが当たり前ってことにしないと世界に遅れちゃうよ。

それと教育は受験だけじゃないってことなんだけど、受験を人生の試練の一つとして子供たちをしっかりと導いてあげられるような教育はいいと思う。そうすれば、中学や高校に合格したあと、自分の考え方で勉強して人生の目標を達成していけるようになるから。あまり教え過ぎるのはよくない。忍耐強く見守って、本人の力でできたら褒めてあげる・・・そういう指導のできる人材が増える塾業界であってほしいね」

現在進行形の食と環境の危機を教えなさい

— 日本の教育としてどのような特色を持つべきだと思いますか？

「震災や原発の被害から学ぶことは多いし、それを避けては通れない。被災地はいまだに大変だが、学校や塾は、食のリスクや環境問題、そしてエネルギー問題から逃げないで、それを積極的に授業に取り入れて子供たちに教えていかなきゃ。同時に、子供たちが何を考えているかを学ばないといけない。

教科書の中で『食物連鎖』について教えるだけではダメだよ。現在進行形で、食物連鎖の途中が切れたり、大災害で流通がストップしていたりするのだから、それによってどのような影響があるのか、それを防ぐためにはどうしたらよいか、わからなかったら教師も調べて勉強して子供たちに教えなければ、価値ある教育はできない。

学校や塾が子供たちに教える内容によっては、それが政治や社会を変えていく可能性だってあるんだ。そういう気持ちで教育に関わらなければ、教育の醍醐味も味わえないじゃないか・・・」

『『悩む力』を持つべし』

— これからの塾業界はどうなっていくのでしょうか？

「上手いかないことを景気変動のせいにしてたり他人のせいにしてたり、ではダメ。すべてが自己責任の世界で考えなくちゃ。それと、悩まない人は駄目だよ・・・迷うのではなく悩む、ここを間違えないようにしてほしい。

『悩む力』があれば、自分の本来あるべき姿を見つめることができる。私とは何者であるのかを考えられる人はちょっとずつ先が読めるようになる。でも気をつけないと『自分の城』に埋没してしまうからな・・・自分の城で吠えても何も得られない。つまり自己満足だけだ。そのうち自己満足も得られない経営危機に陥ったら、誰も助けてくれない。

クレームの無い塾は成長もないのと同じで、厳しさのない塾経営も発展はない。困難や壁を越えてこそ遣り甲斐という光が得られる。そうじゃないのかね？」