

公演レジュメ

一部抜粋

- ・ 中洲の現況 ここ 10 年で変わった
 - 厳しい状況の中洲ではじめた。

 - 他の不動産屋はダメな地域と判断し去って行った。

- ・ なぜ独立したのか
 - 全国でマンション供給個数 2 位 (1 万戸) マンションデベロッパへ就職

 - そして会社はバブル期を迎える

- ・ 起業から
 - 中古マンション販売中心

- ・ 竹田陽一先生との出会い！

- ・ 地域限定 半径 500m
 - 地域へチラシの配布

 - 一戸建てを売りたい井尻でのこと

 - 地域を絞りビルリストが頭にはいる。

 - 地域の人と何回も会う。

一騎打ち線の結構。

・ ゴジタ効果

・ 500mに何が合った？地域の人とコミュニケーションするツールがあった

・ 移動手段

・ 地域を限定したことで客層の限定ができた

・ 商品、地域、客層の限定

・ 一騎打ち戦で戦った

チラシは1回に6200枚

テナント募集看板 入居者募集看板（掲載料タダ）看板作成代2000円

A型看板 4箇所

・ 社員（営業）

物件を紹介する携帯ホームページも①地域②客層を限定しているので、ターゲット用の物件でOK

新入社員でも覚える物件は少ない。店舗で中洲内だけOK