

## 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