

書籍の出版がカギとなる士業事務所の
ブランディング・マーケティング術！

士業
のための

書籍活用 ハンドブック

書籍活用で
お客様を増やす
3つのポイント

-Contents-

事務所の価値を高める書籍出版.....	3
書籍出版の3つの効果.....	4
書籍を活用した3つのマーケティング施策	5
1. 献本.....	6
2. セミナー活用.....	10
3. 展示.....	11
成功事例	12

事務所の価値を高める書籍出版

書籍の出版は、ある特定の分野のプロ・専門家としてのポジションを確立することができます。そもそも、士業という専門性の高い業種の中で、自事務所の強みであるサービスや先生ご自身の専門知識・スキルを**“見える化”**し、他事務所と明確な差別化を図ることは、選ばれる士業になるための大切な施策の一つです。

また、書籍は、**“信頼性”や“確実性”**を与えるブランディングツールであるとともに、一度出版すれば**長く使え手渡しできる営業ツール**でもあります。

顧問先や創業間もない経営者、資産家の元には、他の士業からも必ずアプローチがあります。そこで**「書籍を出版している先生」**ということをアピールすることで、競合とのしっかりとした差別化が可能となります。

書籍出版をうまく活用し、先生とご事務所のブランド力を高め、顧客の獲得に繋げていきましょう。



書籍出版の3つの効果

書籍出版は以下の3つの効果が期待できます。この効果を理解し、事務所のブランディングに書籍を活用しましょう。

1 専門性の高さをアピールできる

一般的な消費者心理として、**特定の分野についての書籍を出版している＝その分野に精通している**という認識が働きます。新規顧客へのアプローチはもちろん、顧問先の満足度向上にも寄与することでしょう。

2 他事務所との差別化ができる

依頼する事務所を迷っている新規顧客にとって、**他の事務所と比較した際に専門性の高さが明確に分かる**という点で、書籍の出版実績は大きな武器になります。

3 顧客からの信頼が獲得できる

書籍の出版は、その分野の専門家・プロフェッショナルと認識されます。新規顧客はもちろん、既存顧客からの信頼度が向上し、顧問契約の長期継続や紹介にも繋がります。

書籍を活用した3つの マーケティング施策

1. 献本

◆ 献本先のリストアップ

書籍は、先述した通り、ブランディングツールであり、同時に販促ツールでもあります。販促ツールとしての活用方法は多数ありますが、まずは多くの関与先に献本して、紹介をもらうための仕組みを考えましょう。

これまでに名刺交換をした方々を**献本先としてリストアップ**します。改めてリストアップしてみると、考えていたよりも、多くの献本先が見つかると思います。献本先は、「既存顧客・見込み顧客・過去のアプローチ先」と「間接営業部隊」の2つに大分されます。

上記のような献本先に、いつ、どのように献本するかなど、しっかりと計画を立て着実に1冊ずつ献本してきましょう。

献本先リスト

1. 顧問先

2. 見込み客

3. セミナー参加者

4. 金融機関

5. 広告代理店

6. 保険会社の営業マン

7. 不動産会社

顧問先や提携先には必ず配布しましょう。「**お知り合いにお渡しください**」の言葉を添えて複数冊渡します。また、紹介カードなどと一緒にお渡しすることが望ましいです。

地域のフリーペーパーなどに掲載できるかもしれません。アプローチしてみましょう。

◆既存顧客

既存顧客への献本は、最も取り掛かりやすい献本の方法でしょう。顧問先であれば打合せ時に、それ以外の方には「新刊出版のご案内」や年末年始・お歳暮といった季節のご挨拶のタイミングをうまく活用して献本を進めます。

顧問先などの継続的なお客様へ献本することで、更なる信頼の獲得や、顧問契約に加えて相続・生前対策のクロスセルにつなげることができます。献本の際には、必ず「相続に関するサポートに力を入れている」とお伝えするようにしましょう。

さらに、お客様の周りで相続に困っている方がいたら、間接的に書籍を渡してもらうために2冊献本する手法も顧客数増加のためには効果的です。

【POINT】

- お客様の頭の中に「本を出している士業の先生」という刷り込みをすることで、信頼度アップやクロスセルが期待できる
- 2冊献本することで、既存顧客からの紹介が期待できる

◆見込み客

現在商談中の、見込み客への献本も忘れずに行いましょう。「本を出している先生」というブランディングが効果を発揮して、契約率のアップを狙えます。「次回の商談までに目を通してみてください」と、一言添えてお渡しすることをお勧めいたします。

【POINT】

- 書籍出版者としての信頼を獲得するだけでなく、契約後のイメージを沸かせる営業ツールとして活用し契約率アップ

◆過去のアプローチ先

過去に相談を受けた、接触した、という方にも積極的に献本を行いましょう。久しく連絡を取っていない方へのアプローチとなるため、年末年始・お歳暮といった季節のご挨拶のタイミングで自然に献本する方法が最もスムーズでしょう。

連絡する件数が多い場合は、書籍を送るのではなく、ご挨拶と一緒に「新刊出版のご案内チラシ」を送り、引き合いを取ることも一つの手法です。

【新刊出版のご案内チラシ】

書籍を献本する際は、「新刊出版のご案内チラシ」を一緒にお渡ししましょう。献本した方経由で、お知り合いやお友達にご紹介いただくことで、そこから案件の獲得のチャンスに繋がります。



事務所や先生ご自身のことを思い出していただけるきっかけになるとともに、相続関連サービスのご案内にも繋がります。

以前会った時とは状況が変わっていることもあるので、連絡してみたら意外とスムーズに契約に至った、というケースも多くあります。

久しぶりの連絡は気遅れすることもあります。これを機にアプローチしてみるのも良いでしょう。

【POINT】

- 事務所や先生ご自身のことを思い出してもらうきっかけになる
- 状況が変わり、すぐに話を聞きたいという短期見込み客の発掘が出来る

◆間接営業部隊

間接営業部隊とは、**先生やご事務所のことを紹介してくれる外部の営業マン**のことです。既存顧客からの紹介だけでなく、コンスタントに顧問先を増やしていくためには提携先からの紹介獲得が必須になります。先生やご事務所の紹介をしてくれる関与先に書籍を送って宣伝してもらいましょう。

また、書籍を送る際に**チラシや事務所パンフレットを同梱**すると、より高い確率で相談の獲得や案件化に繋がります。ぜひ、それぞれのご事務所の特長を活かした販促ツールを同梱してみましょう。さらに、オンライン会議の際などに自身の背景画像として書籍の画像を設定し、浸透させるのも効果的です。

【間接営業部隊の例】

- | | | |
|-----------|---------|---------|
| ・ 税理士 | ・ 司法書士 | ・ 行政書士 |
| ・ 弁護士 | ・ 建築士 | ・ 不動産会社 |
| ・ リフォーム会社 | ・ 金融機関 | ・ 保険会社 |
| ・ 葬儀屋 | ・ 広告代理店 | etc. |



2.セミナー活用

◆参加特典

相続に関するセミナーの開催時、参加特典として書籍をプレゼントする手法もあります。

参加特典として書籍をプレゼントすることで、**申込数の増加や参加率アップ**に繋がります。セミナーの参加者に書籍を読んでもらえば、さらに知識が深くなり、参加者の相続の全体像に対するイメージが付き、結果的に案件の獲得が容易になります。

【POINT】

- セミナーの申込数や参加率の向上が見込める
- 相続の全体像に対するイメージを沸かせ、契約率アップ

◆アンケート回答特典

参加特典だけでなく、書籍をアンケート回答特典とする方法もあります。書籍を無料の特典にすることで回答率を増加させるとともに、アンケート内に相続に関する質問や、面談希望の有無などを記載することで、より精度の高い追客が可能になります。

【POINT】

- アンケート回答率の向上が見込め、今後のセミナーの改善がしやすくなる
- より精度の高い顧客分析と追客を実現する

3.展示

書籍を事務所の受付など、来所した方の目に留まるところに展示し、気軽に手に取れる環境を作ります。ラックの様なものに立てかけ、しっかりと書影が見えるよう展示しましょう。

相続に興味がある方は自然と手に取ってくれ、相談や案件の獲得に繋がります。

また、直接的に興味がない方に対しても、帰り際に軽くご案内をし、書籍をお持ち帰り頂くようにしましょう。実際に相続が発生したときに思い出すきっかけや、周りで相続が発生した際にご紹介頂く、といったような効果も期待できます。

【応接室や会議室への設置も効果的】

受付だけでなく、顧客との面談や、提携先とのミーティングを行う応接室・会議室に書籍を設置するのも非常に効果的です。打ち合わせの中で相続に対する話題が出た時や商談中に書籍を手渡したり、帰り際にプレゼントとして渡すことができれば、案件化や紹介発生に繋がる可能性もでてきます。



成功事例



相談前に信頼度が上がり 第一印象の格上げに成功

ブランド力と信頼度の向上！



税理士法人エスペランサ
ふじた美咲 氏

顧問先や提携先、セミナー参加者に配布するのはもちろんのこと、所内に**ポスターを貼ったり、相談室や待合室に置いています。**

そうすることで、事務所に来られたお客様の目に留まり、実際にお会いした際に「本を出している人だ」という反応をいただきます。**第一印象が格上げされ、信頼度が上がった状態で話ができます。**

■ 書籍を活用した3つのブランド力向上法

1. 事務所が得意とする分野やこれから伸ばしていきたい分野に特化した書籍を出版する
2. 顧問先や提携先などに配布し、さらに周りに勧めてもらう
3. 相談室や待合室に置いておき、面談前に手に取ってもらう

POINT

**顧客の目に留まる場所に置くことで
面談前に信頼を獲得する**



書籍×セミナーで 提携先の拡大を実現

信頼度の向上でBtoB営業につなげる



司法書士法人あおばの社
高橋英之 氏

主な集客ルートである不動産会社主催のセミナーや、自社開催のセミナーで書籍を活用しています。**セミナーの主催会社に書籍を買い取ってもらい、特典として使用**してもらうことで、参加者の認知に繋がりますし、お得感があるので喜んでいただけます。
「本を出している」というブランディングができ、手応えを感じました。

■ BtoB営業での効果的な書籍活用方法

1. 訪問の際に、チラシやパンフレットだけでなく書籍を持っていくことでブランディングと信頼度向上につなげる
2. セミナーの主催会社に書籍を買い取ってもらい、参加者への特典として使用してもらうことで、認知度向上につなげる

POINT

**提携先が主催するセミナーでの活用で
信頼度だけでなく満足度向上にもつなげる！**



ご近所への配布が お年寄りからの問合せに！

配布先をしぼって問い合わせ獲得！

配布先は近隣のコミュニティセンターです。お年寄りが体操しに集まってくるので見てくれていますし、好意的に置けてくれます。また、1キロ圏内の郵便局にも置かせてもらっています。

お年寄りは移動距離が制限されているため、近い事務所に問い合わせしやすくなります。そのため、近隣に広告として本を配布しています。（K氏 K税理士事務所 代表社員）



クラス会で配布して クラスメイトが新規顧客に

新規1件獲得で回収できる安価な広告宣伝

書籍刊行時期に、ちょうどクラス会があったので、書籍を持参しクラスメイトや恩師に手渡ししました。評判は上々で、その場で「最近、父が亡くなって」と相談され、そのまま「お願いしたい」と、新規顧客の獲得にまでこぎつけました。

事務所に2～3冊を残すのみで、ほぼすべてを配り終えましたが、**1件でも新規顧客を獲得できれば「元が取れる」安価な広告宣伝費**は、当事務所にとって非常に魅力的なものでした。

（S氏 S税理士事務所 所長）

