



便利屋が試行錯誤の上で行った
脅威の反応率を出したチラシ配布法とは？

整骨院サクセスコーチ

太田大介

便利屋さんの集客術

❖ 便利屋さんも整骨院と同じく地域密着ビジネスです。

便利屋さんの主な集客ツールは・・・

「ネットワーク」と「チラシ配布」

いろいろなチラシ配布法

❖ チラシを変えてみたり、時間を変えてみたり・・・

そのなかでも圧倒的な反応を得た方法が・・・

商店街での手配り

商店街への手配り

