

おかげ様で、創業83年

5
月号

いつもありがとうございます!

月刊

商売繁盛のツボ

本誌は、いつもお世話になっているクライアント様、名刺交換をさせていただきました皆様にお送りしております。

発行：晃南印刷株式会社・DICアルファ 〒322-0025 栃木県鹿沼市緑町3-8-33



10%以上の反応が得られる のも当然な企画

株式会社ザッツ 代表取締役
米満 和彦 (よねみつ かずひこ)
美容室・飲食店などの中小店舗・中小企
業の販売促進支援を行なう。「ニュー
スレター販促術」など著書多数。



ある焼肉店の成功事例を紹介しま
す。そのお店では、家族で来店され
たお客様の中の**子供**に向けた企画を行
ない、大幅な売上げアップを実現して
います。それは、**キッズ
カード企画**。具体的な流れを説明しま
しょう。

- ①家族客の中に子供がいれば「子供会員」の説明を行ない、申し込んでもらいます。入会金などは一切かかりません。
- ②「子供会員」になりたい子供へ、申し込み用紙を渡して記入してもらいます。子供は喜んで書いてくれるそうです。
- ③入会した子供にはパウチ式のキッズカードを進呈。
- ④その後、会員である子供に毎月ハガキDMを送ります。DMの裏面には「塗り絵」と、「色を塗ってお店に持っていけば、お店に塗り絵が飾られます。さらに、お菓子もプレゼント!」というメッセージが印刷されてあります。
- ⑤会員である子供たちは、喜んで「塗り絵」を塗ります。
- ⑥「塗り絵を飾ってほしい」「お菓子が欲しい」という理由で、

親に来店を要求します。

⑦再び家族で来店!

…このハガキDMを(ほぼ)毎月行なっているようですが、その反応率はなんと平均**10%以上!** 500枚のハガキを出せば、50組以上の家族客が来店するそうです。なぜ、これほどヒットするのでしょうか?

子供はみんな「塗り絵」が大好きです。だから、お店から届いた「塗り絵」も当然塗ります。親は、子供が「塗り絵」を一生懸命塗っている姿を目にします。親として「できれば飾ってあげたい」と思うのは当然でしょう。

また、ハガキを持っていけば、お菓子ももらえるわけだから、子供たちは再度お店に行くことを要求します。**10%以上の反応が得られるのも当然な企画**なのです。

ちなみに、毎月この企画にかかる経費は3.5万円なのに対して、上がる売上げは約60万円。かなり費用対効果の高い販促企画といえますね!



消耗品の購入先は 定期的に見直しましょう!

株式会社しくみカイゼン研究所 代表取締役
若井 吉樹 (わかい よしき)
中小企業を中心に儲かるしくみ改善の
コンサルを行なう。「世界一わかりやす
いコスト削減の授業」など著書多数。



あなたの会社では消耗品はどこから購入していますか?

事務所の電球が切れたので仕事の帰りにホームセンターを覗きました。価格は1,680円。減多に買うものでもないのに高いか安いかよくわかりませんでした。ホームセンターならそんなに高くないだろうと思い、購入しました。数日後、事務所の近くにある某ディスカウントストアで同じ電球の価格を確認すると、メーカーは違うけれど(どちらも一流メーカー)1,160円と**500円も安かった**のです。念のためネットでも調べてみました。すると、1,680円だった電球が、**某外資系通販サイト**では送料別で855円、**某家電量販店の通販サイト**では送料無料で992円。さらに、**価格比較サイト**で調べると最安値は470円、370円の送料を加えても840円です。念のため**某オフィス用品通販サイト**を調べてみると1,505円。こちらは意外と安くありませんでした。同じ通販でもこれだけ価格が違うとは思いませんでした。

あなたの会社で買っている消耗品も同じようなことが起きているかもしれません。もし、いつも同じ業者から購入している場合は、一度インターネットで**他の業者の価格**を調べてみることをおすすめします。調べるときは商品の価格だけでなく、送料が無料かどうかも確認してください。

以前、消耗品の注文は、業者へ電話での注文が主流でした。人から人への注文なので頻りに業者を変えることはありませんでしたが、最近の通販はインターネットでの注文でパソコンに情報を入力するだけ。**相手を気にせず一番安いところを探して買うことが簡単にできる**メリットがあります。

また、通販業界は年々拡大している(そのおかげで物流業界は荷物が増えていろいろと問題が起きていますが)、今後さらに魅力的な業者が現われる可能性もあります。消耗品の購入先は今の業者に固定することなく、より安く手に入るお店がないかを定期的に見直してください。**経費削減の一番の近道**になるはずですよ。

集客力↑
**WEB
販促**

インターネット広告の得意分野と不得意分野

株式会社スマートアレック 代表取締役
河井 大志 (かわい だいし)
WEBマーケティングディレクター。著書に「SEO対策 検索上位サイトの法則 52」他がある。



インターネット広告予算の予算額がテレビCMに続き第2位の地位まで上がってきました。

広告が表示された数だけ費用がかかる「**プレビュー課金**」、広告をクリックされてから費用がかかる「**クリック課金**」、実際に商品が購入されてから費用がかかる「**アフィリエイト広告**」など、インターネット広告は低リスクで広告を出せるので、大企業・中小企業問わず人気があります。

しかし、インターネット広告には**不得意な分野**もあります。それは、「**本商品**」を買わせることです。

インターネット広告を見て「マンションを買おう!」「アプリケーションの開発をお願いしよう!」「1本10,000円する美容液を買おう!」とはなりにくいのです。しかし、インターネット広告に不慣れな企業は、インターネット広告で「本商品」を買わせようとする傾向があります。

逆に、インターネットが得意なのは、**見込み客を獲得してくる**

ことです。インターネット広告が目についたら色々クリックしてみてください。「資料請求をさせる」「見積もりをさせる」「サンプルを購入させる」「会員登録をさせる」というものが非常に多いはず。つまり、インターネットが得意なのは**見込み客**を集めることであって、そこから「顧客」に繋げるのは**企業側の努力**になるのです。資料請求したユーザーにメルマガを使って**情報発信(教育)**をし、本商品を買わせる流れです。まず、サンプルを使ってもらい、商品の良さを実感しているユーザーに対して「今なら20%オフ!」というキャンペーンDMを送る。このような流れが重要なのです。インターネット広告の中にはいきなり本商品を購入させる広告もありますが、それをしてしまうと1件当たりの獲得コストがかなり上がってしまうので、注意が必要です。このような傾向を加味した上でインターネット広告の戦略を立てていくのが良いでしょう。

印刷力↑
印刷

「印刷物×ランディングHP×動画」が今面白い!

感動会社楽通 代表
田村 慎太郎 (たむら しんたろう)
自らも印刷物でお客様を元気にし、印刷業界を元気にするための支援活動を行なう。全国で講演活動を展開中。



最近、お客様からこんなことを言われます。「PRしたい商品があるけれど、**何を使って発信していいかわからない**」

たしかに発信する方法はたくさんあるし、情報が溢れすぎて何が効果的なのか、わかりづらいのは事実です。そういう時は、**誰に何を伝えたいのか**を考えればいいのです。

例えば、新商品を法人客に営業マンを使ってPRするのなら、チラシやパンフレットを作成し、利用してもらいたい法人客のリストを使って営業することをおすすめしますし、飲食店がイベントをする場合は、地域住民に告知するためにチラシを作成し、折込かポスティングすればいいですね。

そして、さらに詳しく知ってもらいたい場合や、リストを収集したり、ネット注文&予約までしてもらうためにおすすめの方法があります。それは「**印刷物×ランディングHP×動画**」の**メディアミックス**です。

先の例で言うと、商品パンフレットに**QRコード**を付けて携帯

やスマホで読み取ってもらおうと、その商品の情報が詳しく記載されている**ランディングページ(1ページだけのホームページ)**が見れて、パンフレットだけでは紹介できなかった詳しい情報をしっかり見せ、さらに動画でもイメージや機能を伝えることで深く理解してもらうことができるようになります。飲食店のキャンペーンも同様です。チラシに特典を付けて「詳しくはこちら」としてQRコードを読み取ってもらい、そのイベント専用ランディングページでイベントの詳しい情報と特典プレゼントをきっかけに参加申し込みをしてもらうことができます。こちらにも動画を載せて前回のイベントの様子を紹介したり、今回のイベントの意気込みを店長さんが話すこともできます。さらに、**SNSでの拡散**にも効果的なので、この3点セットはこれからの時代に欠かせないアイテムとなるでしょう。あなたも一度実際に利用してみて効果を測ってみてください。新しい広告の形が見えてきますよ。

★弊社ホームページより「商売繁盛のツボ」と別紙「校正ノート」のバックナンバーをご覧ください、お役に立てましたら幸いです。 <http://ko-nan.co.jp/>

今年もやります!

2017.6.4 (SUN)

・1円ノート・印刷機実演
・缶バッジ・緑日
ベリーちゃんが遊びに来るよ!

当日は楽しいイベントを開催いたします。詳しくはHPをご覧ください

<http://kanumatch.com/>

お問い合わせはお気軽に。 ☎0120-4141-62 ☎0289-62-4141 ✉clue@ko-nan.co.jp

今後、本誌が不要な場合は、お手数ですが会社名・FAX番号を明記の上ご返信ください。 FAX 0289-62-2952
会社名・団体名 ()
FAX番号 () □今後は不要

栃木県フロンティア認証企業
感謝を込めて情報発信 喜びと感動を創造する
晃南印刷株式会社

デザインプロセッサ
DIC アルファ ●企業PR支援事業
Design and Information for marketing and Communication