

おかげ様で、創業84年

4  
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



## 休眠客の掘り起こし企画 で客数を増やそう！

あなたのお店では、**休眠客の掘り起こし企画**を実施していますか？

以前来店していたけれど、いつの間にか来なくなったお客様に再び来店していただく企画ですね。

実は、休眠客の多くはあなたのお店を**嫌い**になり来店しなくなったのではありません。「たまたま忘れていた」「飽きた」「来店間隔が空いたので来店しづらくなった」など、そのほとんどが**お客様都合の理由**で休眠客になっているのです。もちろん、なかには嫌いになったお客様もいるでしょう。でも、休眠客の全てがそうではないということです。

そこで、**休眠客へのアプローチ法**を説明します。

まず、休眠客の感情を理解しましょう。全ての休眠客に共通する感情は**「来店しづらい」**です。前回の来店から長い時間が経過しているわけですから、そう感じるのは当然ですね。

そこで、おすすめするのが**「再来店するためのきっかけ」**を提供する企画です。

例えば、以下のような内容のDMを送ると効果的です。

- ・新商品や新サービスが導入されたことをお知らせするDM
- ・新しいスタッフが入ったことをお知らせするDM
- ・さらなる付加価値の提案についてお知らせするDM

など、今までにはない**新しい〇〇**をお知らせするDMです。新しい要素が掲載されたDMが届けば、お客様はそれを**理由（言い訳）**にして再来店しやすくなるのです。

また、「しばらく顔を拝見できなくて寂しいです」というふうに、**率直な気持ち**を文章化する方法も効果的です。

ちなみに、ある美容室はこの企画を導入して以来、常に20%前後の休眠客を掘り起こすことに成功しているそうです。

休眠客をほったらかしにしていれば、その後半永久的に再来店することはありませんが、休眠客の掘り起こし企画で再来店すれば、それは**新規集客と同じ価値**を持ちます。

是非、休眠客の掘り起こし企画で客数増加を実現してください！

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。



## 仕事を「見える化」して 残業代を削減しませんか？

「1ヶ月の残業代が600万円から200万円に減りました！」とクライアントの社長から嬉しい報告がありました。

ほんの1~2か月で残業代と残業時間が3分の1に減るといふ大きな成果ですが、社長が行なったことはたった1つ。

**「これからは残業時間が多いことは個人評価のプラスとしない」と宣言したこと**です。

今から30年前、私が前職の大手電機メーカーに入社した頃は「残業をする人＝一生懸命仕事をする人」という空気が蔓延していました。今、私は50代後半で、私と同世代の社長は残業について肯定的な考えを持っている人が多いでしょう。

しかし、今は**働き方改革**が叫ばれ、なるべく残業時間や休日出勤を減らそうという考え方が主流。まずは社長が残業に対する考え方を改めて社員に伝えることが大切です。

すると、社員の意識が変わるだけで大半の社員の残業時間が減ります。

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。



一方、仕事を抱え込んでいる人は、意識だけでは残業時間は減りません。そこでおすすめするのが、1人1人が担当している仕事の**見える化**です。

社員がどのような仕事をしているかは日報を見ればわかるという人もいますが、日報は1人1人の仕事のチェックをするツールで、**全員の仕事の状況を俯瞰して見ることはあまり適しません**。そこで、ホワイトボードを用意して、1人1人が今どのような仕事を担当しているのか、納期はいつまでなのか、個々の仕事の進捗状況はどうなのかを見える化します。

進捗状況はあまり細かくする必要はなく、たとえば**色付きのマグネット**を使って、順調なら青色、少し遅れ気味なら黄色、だいぶ遅れている場合は赤色で表します。もし、特定の人が赤のマグネットが多ければ、その人の仕事を他の社員に回すという形で運用します。

冒頭の残業代が3分の1になった会社もこれを実践し、成功しました。仕事の見える化で残業代を削減してみませんか？



## 既存顧客へ関連商品を アピールして売上げアップ!

CRMは「Customer Relationship Management」の略で、「顧客管理」「顧客関係管理」などと訳されます。わかりや

すく言うと、「既存顧客を整理して売上げの拡大余地があるかどうかを考えよう」ということです。

例えば、「美白美容液」を販売している企業があるとします。その企業は通販企業の王道である2ステップマーケティングを実施しています。980円程度の美白美容液のサンプル商品を販売し、そのサンプルを購入してくれた人に対して本商品の提案をし、5,980円の美白美容液を販売しています。ここでは5,980円の美白化粧品をいかに買い続けてもらうのが「LTV(生涯顧客価値)」を伸ばす肝になるのですが、その一方でCRMを利用し、関連商品をいかに買ってもらうのがCRMマーケティングの役割です。

そもそも美白美容液を購入する人は「美容」に興味がある人です。特にお肌のスキンケアを気にしている人と予測できます。

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。



このような顧客は、次に紹介する商品にも興味があると推測できます。

「お肌の調子を整えるコラーゲンドリンク」「お肌に優しく汚れを落とす洗顔石鹸」「毛穴ケアをしてくれる洗顔ブラシ」などの商品をDMなどを利用して告知した場合、一定数の顧客は購入してくれるでしょう。

このように、自社の顧客属性を把握しておく、新商品検討段階でも既存顧客を利用したマーケティングができるので、獲得コストを下げることができます。

WEB上で顧客情報を管理し、「購入回数」「メールマガジンの開封率」「年齢」「購入時期」「購入場所」などを把握しておく、商品Aは「30代女性で自社商品を5回以上購入している人」、商品Bは「メールマガジン開封率が50%以上の人」に対して告知をするという管理も可能になります。

自社の顧客情報をしっかりと把握し、次の新商品販売や売上げ拡大に使うことを検討してみましょう。



## 印刷物の新たな利用方法 で売上げアップ!

最近、「印刷物は世の中に必要ないもの」と言われることがありますが、逆に印刷物の力によって会社が変わった出来

事がありました。

それは、歴史ある金属加工をしている製造業の会社での話です。その会社は特定の得意先からの受注がほとんどで、今まで営業らしいことを一切してきませんでした。

しかし、その得意先の売上げが悪化し、今まで通りに仕事が必要なくなりました。そこで急遽、新規のお客様を獲得する必要が出てきたため、営業ツールを作成するという依頼を頂きました。

ところが、パンフレットに掲載する会社の特徴や付加価値、お客様へのメリットなど何ひとつ出てきません。みんなで途方に暮れてしまいました…。

そこで、ホワイトボードを使い、他社との違いや何が売れているのか? どのような仕事を受注したいのか? お客様へのメ

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。



リットなど基本的なことからこれからのことまで、1ヶ月以上考えながらようやくパンフレットが完成しました。

そのおかげで、自社の強みや強化しないといけないポイント、会社でのこれからの取り組みなど、今まで考えたことがなかったことを考えることができ、**どんどん魅力的な会社になっていきました。**

今では、新規のお客様もたくさん契約できて、売上げが悪化していたお客様も戻ってこれ、今まで以上に会社が順調に進んでおられます。

私たちの仕事は単純に印刷物を作ることだけではありません。印刷物を作るためには様々な部分を見直し、整理しなければいけません。その過程の中でお客様は様々な発見をしていることが多いのです。ある意味、私たちはコンサルティングのような仕事をしているのです。

印刷物を通して、これからも**いろいろな価値**をお届けしていきたいものですね。

★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頂き、お役に立てましたら幸いです。 <http://ko-nan.co.jp/>



# Kanumatch

昨年、たくさんの方に会場いただいた「かめまち2017」! さらにパワーアップした「かめまち2018」を今年も開催いたします。普段お世話になっている鹿沼の街。まずは鹿沼の人のために何かできることはないのか? そんな優しいきっかけから生まれたイベントKanumatch(かめまち)。当日はオリジナルノートの製作や緑日コーナーを開催。ご来場のお客様も楽しんでいただきながら、鹿沼市への恩返しでもできるチャリティイベントKanumatch(かめまち)へぜひ遊びに来てください!

今年もやります!

## 2018.6.9(土)

- ・1円ノート・キッズルーム
- ・缶バッジ・緑日
- ・お絵かきコーナー

**ベリーちゃんがやってくる!**

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 ( ) □ 今後は不要  
FAX番号 ( )



売れる広告・デザイン

梶木県フロンティア認証企業

晃南印刷株式会社

SINCE 1894

デザインプロジェクト  
DIC アルファ

●企業PR支援事業  
Design and Information  
for marketing and Communication