

おかげ様で、創業80周年

12
月号

いつもありがとうございます！

ありがとう
80周年に感謝

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、名刺交換をさせて頂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

↑ 売上げUP ↑

販売
促進チラシの反応率を上げる
挨拶ポスティング

あなたはチラシをどのように配布していますか？新聞折込？それともポスティング？最近は新聞折込の反応率が下がっているため、「折込」よりも「ポスティング」を選択するお店が増えているようですね。…ということはつまり、各家庭のポストの中には、周りのお店のチラシで溢れているということです。その大量のチラシの中から、あなたのお店のチラシに注目してもらうためには何をすればいいと思いますか？私が最もおすすめするのは、各家庭のインターホンを鳴らして挨拶をしながらチラシをポストに入れる方法＝**挨拶ポスティング**です。インターホンを鳴らして、わざわざ玄関先まで出てきていただく必要はありません。「〇〇2丁目で居酒屋をやっています□□と申します。ポストの中にチラシを入れておきますので、ぜひご覧ください。これからも何卒よろしくお願ひいたします」という感じで挨拶をしながらチラシをポストに入れるだけでOKです。

株式会社ザツツ 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。



人は「売り込み」は嫌うけれど、「挨拶」には好印象を感じます。この挨拶があるだけで、チラシに対する注目度が格段に上がります。「毎日大量に入っているチラシ群の中の1枚」に比べて、反応率が高まるのは当然といえるでしょう。しかし、私が講演などで「挨拶ポスティング」について説明しても、これを実施する方はほとんどいません。(実際に実行した方のほとんどが高い反応率を示しているのですが)それでは、なぜ実行しないのか？といいますと、その最大の理由が「手間がかかるから」です。この理由に対して私はこう問い合わせ返すようにしています。「手間がかかつたら何か問題でもあるのですか…？」

特に、地域密着型の店舗の場合、これから長い期間その地域で店舗運営をしていくわけです。これから長いおつきあいをする地域の方々に挨拶をしながらお店の存在を知っていただくのは当たり前の行為ですよね。ぜひ一度チャレンジしてみてください。きっと高反応を示すはずです！

↓コストダウン↓

経費
削減

経費削減は、購入先を競わせるだけではありません

会社の経費削減を推進する場合、代表的な方法としては、「相見積り」などで購入先を競わせる方法がありますが、そのようなことをしなくてもしっかりと**「賢いコスト削減」**を実現している企業があります。キーワードは、**「購入している業界の収益構造を徹底的に知る！」**です。

[1]これまで、全店舗の清掃作業をメンテナンス会社1社にまとめてコストを削減していたスーパーが、業者への支払い日を末締めの翌月末払いから**25日払い**に改め、**2%のコスト削減**を実現しました。25日が給料の支払日にあたるため、交渉しやすかったそうです。

[2]毎日大量の段ボール箱の廃棄が出る小売りチェーン店が、これまで各店ごとに産廃業者にお金を払って引き取つてもらっていたのを改め、商品を配送したトラックの**帰り便**で全て回収。段ボール買取り専門業者に一括販売することに成功しました。**各店で処理すればゴミですが、全店をまとめれ**

コスト&エネルギー・マネジメントコンサルタント

村井 哲之 (むらい てつゆき)

株式会社イプロン 代表取締役。
「コピー用紙の裏は使うな！」、「コスト削減の教科書」など著書多数。

ば資源(利益)となります。

[3]工場から大量に出る生ゴミやパッケージ、ビニール片などを分別せずに、廃棄物収集・運搬事業者に引き取ってもらっていた食品工場が、電子秤(はかり)を購入し、**ゴミの分別**を徹底。従来からの回収業者にゴミごとのkg単価を要望後、**大幅な廃棄コスト削減**を実現しました。

…もうおわかりだと思いますが、どの事例も、購入先を競争させてコスト削減を実現したわけではありません。自らの利益を減らすことなく、相手のメリットや収益増に貢献して、その一部をきちんと返してもらっているだけです。

大切なことは、競争入札等だけにとらわれることなく、既成概念を捨てて、今一度、購入先との間でお互いの役割・作業分担を見直し、協力して一連の取り引きに関わるコストを削減する方法がないかを徹底的に探ることです。

まさに、「彼を知り己を知れば百戦殆うからず」であり、「情けは人のためならず」なのです。



PPC広告でお客様を集めましょう！

ホームページやブログを作つてたくさんの人に見てもらおう！集客しよう！

と考える人は多いとは思いますが、「作る」だけではこれらの目標を達成することはできません。よくある勘違いとして一番多いのが「ホームページを作つただけで集客ができる」と思つてしまうことです。作り立てのホームページやブログは人通りの全くない「砂漠」にポツンとある「お店」と同じです。

そこで重要になってくるのがWEBマーケティングという集客活動で、その中でも低予算でできるWEBマーケティング手法がPPC広告(リスティング広告)という広告です。

「広告」と聞くと、「多額のお金がかかる」「広告を出したのに効果がない」というイメージがあるかもしれません、PPC広告は、実際にホームページに誘導された時点ではじめてお金がかかる仕組みです。

例えば、「エステ 大阪」というキーワードで検索をしてみてく

ださい。すると、検索結果の上と右の方に「エステ大阪に関連した広告」や「広告」が表示されます。これがPPC広告です。このPPC広告の1つ目のポイントはキーワードにあります。どのようなキーワードで検索された時に自分の広告を表示させるのかを考える必要があります。代官山の美容室の広告が「美容室 新宿」「理容室 代官山」で検索された時に表示されても効果はありません。自分のお店・商品・サービスを探している人が検索しそうなキーワードで広告を出さないといけないのです。

2つ目のポイントは、思わずクリックしたくなる広告になっているかどうかです。自社商品やサービスの特徴・競合に勝っている部分・お得なキャンペーン内容・どういうメリットがあるのか・誇れる実績などが端的に入っているかを確認しましょう。自社の商品・サービスを探している人にダイレクトにアピールできるPPC広告は費用対効果が非常に高いので、一度試してみてはいかがでしょうか？

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。



お客様のことを考えれば効果的な印刷物ができる！

先日、すっぽん料理店の社長から、「すっぽん料理をもっと女性に食べてもらいたいけれど、なかなか食べてもらえない」というお悩みを聞きました。女性客が来店しても、結局すっぽん以外の料理を選ぶそうです。

そこで、どうすれば「食べたい」と思つてもらえるのか？について、スタッフ全員で「食べないお客様の気持ち」になって考えてみました。すっぽんの見た目とイメージを変えることはできないので、それを超えるほどの食べたくなる理由を考え、それをわかりやすく表現することにしました。

打ち出すキーワードは①健康によい ②美容によい ③ダイエットの3つです。これを来店客にお伝えするために、テーブルに座つてから注文するまでのあらゆる場所にチラシを設置することにしました。

折りたたむとハガキサイズになるチラシを作成し、内容は、すっぽんが健康・美容・ダイエットに良いことを漫画で表現。

中面ではそれぞの理由をわかりやすく書き記しました。また、このチラシは女性向けに作つていることがわかるように、ピンク色を使って可愛らしく表現しました。もちろんそのまま持つて帰つてもらえるように、テーブルには複数部のチラシを設置して、自宅に帰つた後もこのチラシを見ながら話をしてもらえることを心掛けました。

その結果、今まで1割以下だった注文率が、なんと5割以上の女性に選ばれるようになりました。さらに女性のリピーターも圧倒的に増えました。

…このように、お客様の立場に立つて「お客様のメリット」を徹底的に考え、それを魅力的に表現していけば、実は印刷物に勝るものはないのです。

インターネットで情報発信をすることももちろん大切ではあります、もう一度あなたのお店のお客様の視点から販促ツールを見直してみてください。きっと魅力的な印刷物が完成するはずですよ！

2017年度の企画に
ご検討下さい！



今月の…
晃南印刷
最新NEWS！

クーポン付カレンダー

1年間効果を発揮する販促ツール！ローコストで驚くレスポンス！

1 1回の配布で1年間効果継続!
効果デキメン！顧客の囲い込み

お客様のご利用頻度や金額に応じた特典を付けたサービスの提供をすることにより他店との差別化を図り、顧客の固定客化、優良顧客の囲い込みに繋げます。

2 再来場率(再来店・再購入)が
グンとアップ！

毎月のクーポンは自由設定！その月ごとに合せた企画が掲載できます。クーポンの利用期限の設定で利用頻度や再来店率などをリサーサーすることができます。

3 オリジナルだから表紙から
PRできる！

「クーポン付カレンダー」は自社製造のため、破格値を実現！1年利用できる販促ツールとして保存性が高く、お客様が毎日ご覧になる注視率の高い媒体です。

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

Design and Information
for marketing and Communication
DIC アルファ ●企業PR支援事業