

おかげ様で、創業80周年

1
月号いつもありがとうございます！
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。

ありがとう
80周年に感謝

80th

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↑
販売促進その後の成約率が高い
「体験会」を成功させる方法

あなたは**体験会**を開催したことがありますか？ 例えば、「新車の試乗会」や「ワインの試飲会」など。体験会自体で利益を得ることはできませんが、実際に商品やサービスを**体験**すると、**その後の成約率が大幅にアップするのです。**

消費者になかなかアプローチしづらい一般広告に比べ、「体験会」は圧倒的に高い費用対効果を示す可能性があります。しかし、最近は「体験会」を開催する企業・店が増えており、「体験会」を告知しても、なかなか反応してくれません。そんな状況のなか、あるエステサロンは「体験会」を**組み合わせ**することで大成功を収めました。その具体的な内容は、自店で提供している「エステ・サービス」と「フランス料理コースディナー」との組み合わせです。知人にフランス料理店を営む経営者がおり、コラボレーションする形で実現しました。テーマは**「美と美食 優雅な土曜日」**。ある土曜日の午後に特定し、「エステ・サービス」を体験したあとに「フランス料理」を

楽しむ流れです。1回につき「限定10名様」として開催したところ、予想以上の応募があり、3週にわたり実施するほど人気が集まりました。

なぜ反応したのか？ 最大のポイントが、「**テーマ**」にあります。「エステ・サービスのみ」の体験会の場合、どうしても**「集客」**を感じさせてしまいますが、1つのイベント（=体験会）において**異なる2商品が関わる形**となった場合、どちらかというと**共通テーマ**のほうに注目が集まります。

つまり、単独商品の体験会は**「お店」**を意識してしまうのに対して、複数商品の体験会は**「商品そのもの」**に注目してくれるようになります。さらに、2店舗による共同開催には**販促経費面でのメリット**もあります。単純に2倍の販促経費が使えるので、より多くの告知が可能となります。

結果、エステサロン・フランス料理店とともに、多くの見込み客を集めることに成功しました。

あなたも「複数店舗による体験会」を実施してみませんか？

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。

↖コストダウン↖
経費削減本質的なコスト削減を
やっていますか？

セミナーや講演で「コスト削減」について話をするとき、最初にお話しするのが3つのコスト削減。**表面的なコスト削減、安いコスト削減、本質的なコスト削減**です。

期末になって黒字レスレ、下手をすると赤字になると、出てくるのが残業・休日出勤禁止。少しでも余計なお金が出ていかないように、財布のひもを締めます。また、出張費や広告宣伝費など、止められるものは手当たり次第に止めます。これらは期末の緊急事態には重要なことですが、あくまでも**表面的なコスト削減**です。新しい期が始まるといきに残業・休出を解除。出張も上司のハンコひとつでOK。そんな会社が少なくありません。

期末に限らず継続的にコストを下げたいのであれば、まず手をつけるべきなのが1円でも単価の安いものを探して買う、1分でも1秒でも生産性を上げて1個当たりの労働コストを下げる動きです。しかし、そこで気をつけなければならないのが

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。

「買い過ぎ」と「作り過ぎ」です。

昔の少品種大量生産・販売の時代ならともかく、ニーズが多様化した今の時代に、安い単価の安いものを買い過ぎたり、生産性を求めてまとめてつくってしまうのは致命的です。余った材料や製品は最後は捨てるしかなく、コツコツと積み上げたコスト削減が全て吹っ飛んでしまいます。

最近の大手電機メーカーの苦境は、この安いコスト削減による買い過ぎ、作り過ぎが大きく影響しています。

では、一体どうすればいいのか？ というと、そこで登場するのが**本質的なコスト削減**です。単価を安く、より短い時間で仕事を求めると共に、買い過ぎ、作り過ぎを徹底的になくなす。そのため、**買いつき・作り方の改善**を行なう。…これこそが本質的なコスト削減です。

毎年期末になると表面的なコスト削減を繰り返していませんか？ ぜひ買い過ぎ、作り過ぎをしない本質的なコスト削減を始めましょう。

