

おかげ様で、創業80周年

4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



必然的にクチコミを生む 夢のような販促ツール

今回は、必然的にクチコミを生む販促ツールを紹介します。

「そんな夢のようなツールがあるの!？」と思うかもしれませんね。そこで、具体的な事例を紹介します。それは、ある喫茶店で実際に行なわれている事例です。そのお店では「ポイントカード」を導入しており、一定ポイントが貯まったお客様には「デザートパス」を進呈します。デザートパスの内容は、カード付与後2ヶ月の間、ランチ時に**300円のデザートが無料になる**というもの。「2ヶ月限定」という限定要素がお客様の心を刺激して、その後の来店頻度が高まる効果が得られるそうです。さらに、注目すべきポイントがあります。それは、**デザートパスを持っている人と一緒に来店した知人客も全員300円のデザートが無料になる特典を受けることができます**。…そう。デザートパスのメリットを目の前で体験することができるのです。これで噂が広がり、新規客が加速的に増え

ているのです。

もうおわかりだと思いますが、「デザートパス」は、**お客様の知人に同等の特典を付与することでクチコミを生み出しているのです**。必然的にクチコミが生まれるのは当然ですよ。

「しかし、同伴客にまで特典を付与すると、大きな利益損失になるのでは?」と思われるかもしれませんが、これを販促経費と考えればどうでしょうか。

しっかりと費用対効果を算出する必要はありますが、広告にかかる費用はその全額を支払う必要があるのに対して、お客様の知人に提供する商品(サービス)が**自社商品**であれば、表示価格よりも安価で実施できると思います。(実際に外に出ていくお金は仕入れ原価なので)

広告に対してどこか疑心を抱く現代社会において、「知人のすすめ」には**大きな説得力**があります。

「お客様の知人にも同等の特典を付与する企画」で、必然的にクチコミを生み出してください!

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。



「清掃のルール」を決めて コスト削減!

「コスト削減」の第一歩は、**会社から出ていくお金を減らす**ことです。

そこで、外部に委託している仕事を自社で行なうことを考えてみてください。あなたの会社ではどんな仕事を外部に委託していますか? その中には自分たちでできる仕事もあるのではないですか?

例えば、「清掃」を外部に委託している場合。「清掃は雑用だから外部に任せればいい」という考え方ではダメです。

汚れた職場では仕事の生産性が上がらないし、品質にも問題が起きます。もちろん、従業員も気持ちよく働けません。

しかし、社内で清掃をしようとする、「時間がかかる」や「清掃の仕方がわからない」とう声が出てきます。それは「**清掃のルール**」が決まっていないからです。

ただ毎日漫然と清掃をするのではなく、**清掃対象・清掃担当・清掃手順・清掃用具**など「清掃のルール」を決めて行なうことが重要です。

まず、**毎日の清掃・毎週の清掃・毎月の清掃**で清掃する場所を決めます。毎日の清掃では、机や作業台、トイレなど**毎日使うところ**を毎朝5~10分程度清掃します。毎週の清掃では、**毎日使わないが使用頻度の高いところ**を15~20分程度清掃します。そして毎月の清掃では、ロッカーや照明器具、壁など**普段清掃できないところ**を20~30分程度清掃します。

誰がどの場所を、どの順番で清掃するのかも、あらかじめ決めます。清掃で使う清掃用具も使いやすいものを人数分用意しましょう。このような「清掃のルール」をつくることで、効率よく、きっちりと清掃ができ、**コスト削減**につながります。

この「清掃」は、工場でも「整理・整頓」に次いで改善の大事な基本になっています。清掃の行き届いたきれいな職場は、品質の良い製品を効率よく安く、早く作ることができるようになります。

あなたの会社でも、しっかりルールをつくって、自社で「清掃」をやってみませんか?

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。

