

おかげ様で、創業81周年

6
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



子連れママを集客するなら 徹底的に告知しよう！

子連れママは様々な場面で不便を感じています。例えば、カフェ。

もともとカフェを利用する人たちは「静かな場所」を求めています。そこに、お子様連れのお客様がやってきたらどうでしょう？ 当然、子供は泣いたり叫んだりします。静かな場所を求めてやってきた他のお客様に迷惑がかかります。そこで店主は決意します。

「〇才以下のお子様の入店はお断り！」

…しかし、子連れママたちも「カフェに行きたい」と思っています。「行きたいけれど、子連れOKのお店がない」と感じているのです。もちろん、お子様連れのお客様の入店をお断りしているお店が悪いわけではありません。これは経営方針ですから仕方ありません。

一番良くないのは、**姿勢を明確にしていない店**です。店頭「お子様連れはお断り」と書いていないのに、入店すると断られたり、お子様連れOKであるにもかかわらず、そのことを明

確に打ち出していないお店が少なくありません。

お子様連れOKであれば、そのことをはっきりと打ち出さなければ、子連れママたちは入店しづらいのです。

A店「お子様連れOK」

B店「告知なし」

C店「お子様連れNG」

の3店があれば、C店はもちろんB店さえ入りづらいのです。

…では、どのように打ち出せばいいのか？ といいますと、店頭「**お子様連れ大歓迎！**」と記すようにしてください。「歓迎」ではなく**「大歓迎！」**です。

併せて、店内にも「お子様連れ大歓迎！」を感じさせる工夫が必要です。例えば、子供用のメニュー表を用意したり、子供たちが楽しめるおもちゃや絵本を設置したり、子供用のスプーンやフォーク、イスを用意するなどです。

子連れママたちは、ここまでしてようやく安心して入店することができるのです。**徹底的に告知しましょう！**

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。



「ECRSの原則」で 作業を改善しましょう！

現場やオフィスの作業改善に取り組むとき、一体何をしたらいいか悩んでしまう人もいないでしょうか。そんな時に役に立つのが**ECRSの原則**です。作業を次の4つで問いかけてみてください。

E (Eliminate) 無くせないか

C (Combine) 一緒にできないか

R (Rearrange) 順番の変更はできないか

S (Simplify) 単純にできないか

例えば、飲食店の作業を「ECRSの原則」で考えてみると…

あるお店の店員がお客様と接する作業が、①お客様から注文を聞く ②料理を出す ③代金を請求する ④お金を受け取る ⑤レシートとお釣りを渡す という流れだったとしましょう。

まず「**一緒にできないか**」と「**順序の変更はできないか**」で、注文を聞いたときに代金を請求してお金まで受け取ってしまう、その後料理とレシートを一緒に出すこともできます。この

ように変えることで、注文から代金の請求と受け取りまで一度で済むことになります。お客様とのやり取りの回数も時間も減らすことができるのです。

他に「**単純にできないか**」で考えると、自動券売機の導入が考えられます。店員は食券を受け取って料理を出すだけで済み、お金のやり取りが一切無くなり、大幅に時間短縮できます。この「ECRSの原則」に従って改善するときに大事なことがあります。それは最初に「**無くせないか**」から考えることです。

例えば、「不良検出」のための工場の検査で、より効率的に検査するために最新の検査機を導入する前に、**検査そのものを無くせないか**と考えるのです。なぜ不良が起きているのか、その原因を突き止める。その原因を改善して無くしてしまえば、検査そのものが無くなります。そして、検査機導入という無駄な投資をしなくて済みます。

このように、まずは「**無くせないか**」で考えてください。やらなくてもいいことが結構潜んでいるはずですよ。

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。





「申し込みフォーム最適化」 をご存知ですか？

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。



このコラムに目を通していている方はWEBを使った集客をしていると思いますが、WEBで集客をするということは、お客様にWEB上で**アクション**をしてほしいのだと思います。このアクションというのは「商品購入」だけではありません。お問い合わせ、資料請求、見積依頼、会員登録など多数あります。その際に利用するのが**申し込みフォーム**や**問い合わせフォーム**などのページです。しかし多くのお客様がこの「フォーム」までたどり着いているに関わらず、アクションをしないまま帰っていることをご存知ですか？ その原因は様々あります。

- 入力項目が多すぎる
 - 半角英数字、全角英数字などのルールが難しい
 - よくわからないアンケートに答えなければならない
 - どのように入力すればいいのかわからない「問い」がある
- もちろん、企業様の気持ちも分かります。お客様の属性をしっかりとデータとして取得して、マーケティングに活かしたいと

いう考えもあるでしょうし、お客様のデータをしっかりと把握していると営業もかけやすい。しかし、それが原因で「アクションしてもらえない」のであれば本末転倒です。

それではどのような工夫が必要なのでしょう？ その一例を紹介させていただきます。

- 郵便番号を入力すると自動で住所が反映される
- アンケートなどは自由回答にする
- 不要な項目は削除する(BtoCなら「法人名」は聞かない等)
- 数字などは半角英数字、全角英数字などを問わない
- サジェスト機能(推測機能)を導入する
- 入力ミスが発生している場合、お客様が「どこをミスしているのか」分かりやすくする

などです。実はこれらのちょっとしたカスタマイズをただけで購入率が2倍近く上がることもあるのです。

もし「フォームはお客様が自発的に解決してくれるだろう」と思っているのであれば、隠れた大問題なのかもしれません。



ポスティングした広告物を見てもらうアイデア

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、新聞折込ではなく**ポスティング**をする企業が増えています。

それは新聞の購読者が減り、折込をしても渡したい人に渡せなくなっているのが大きな要因です。一方で、「近隣の人にイベントの告知をしたい」「オープンを知ってもらうためにチラシをまきたい」というふうに、何らかの形で告知をしたいと思っている企業やお店もたくさんあります。そこで、新聞折込ではなく、チラシやDMをポスティングしているわけです。

ご存知の通り、ポスティングとは一軒一軒ポストに広告物を投函する作業です。しかし、せっかくポスティングしても、投函した広告物を見てもらわないと来店や購入は実現しません。そこで今回は、ポスティングした**広告物を見てもらうためのポイント**を事例を交えて紹介します。

- チラシを丸く巻いて帯をする

このようなチラシがポストに入っていると、手に取った人は

(他のチラシよりも)間違いなく**特別感**を感じます。そのまま読んでももらえる確率が上がります。

- 封筒の中に鈴を入れる

封筒の中に鈴のような**音がする物**を入れておくと、それがきっかけで開封率が上がります。

- チラシを「商品入れ放題」の袋にする

上が空いていて中に物が入る**封筒型のチラシ**をポスティングし、それを持参すると、野菜やお菓子の詰め放題ができる袋になります。これは、特に子供連れのお客様やお年寄りの方の来店率が上がる特徴があります。

…このように、特別感を演出して、その内容をしっかりと読んでもらう工夫が必要です。それがあなたの**付加価値**となり、お客様が来店するきっかけになるのです。



今月の…
晃南印刷
最新NEWS!



詳しくは、弊社HPへ!



世界地図で、社会貢献活動を!!

弊社では、創業80周年の記念に世界地図「世界の言葉で、ありがとう・こんにちは」を作成し、鹿沼市教育委員会様を通して、小学5年生から世界を勉強することから、地元の小学5年・6年生に2,500枚寄贈させて頂きました。世界地図を見て、いじめや国際的紛争のない世界への夢や希望を与えられればと祈念しています。

5,000枚以上作成することで、カンボジアでの井戸掘り活動に1基贈呈や地元の小学生に寄贈することが出来ます。ぜひ、作成のご検討を頂けましたら幸いです。

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

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