

おかげ様で、創業81周年

8
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



もともと力を持っている言葉 を使って販売促進！

家の近くにハワイ料理のお店がオープンしたので、妻とランチを食べに行きました。もちろん、そのお店に知り合いなどはいません。チラシなどの広告を見たわけでもなく、通行途中にお店がオープンする告知看板を見て、「オープンしたら行こう！」と思ったわけです。

その原動力は、「ハワイ」という言葉です。そのお店が一般的な居酒屋であれば、行くことはなかったと思います。しかし、看板に「ハワイ」の文字があったから「行きたい！」と思ったのです。なぜだと思いますか？「ハワイ」という言葉が、もともと力を持っていたからです。

このような事例は、他にもたくさんあります。例えば、高知県に行けば、「坂本龍馬」という名のついたお菓子や土産物がたくさんあります。中身がたいして美味しいでなくても、表面に「坂本龍馬」という言葉が載っているから、観光客は次々とその商品を買っていくのです。

株式会社ザツ 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。「ニュースレターブル促進」など著書多数。



…いずれも、もともと力を持つ言葉を活用して、これを商売にうまく結びつけています。

この考えは、マイナーな商品を販売する時にも応用できます。例えば、誰も知らないメーカーの誰も知らない化粧品を販売する場合、その商品に関するあらゆる情報を集めるようにしてください。

成分の中に「コエンザイムQ10」が入っていたら、「コエンザイムQ10」という言葉を全面に打ち出して告知しましょう。商品名は誰も知らないけれど、「コエンザイムQ10」なら多くの女性が知っています。そこで商品に対する信頼度が上がり、興味が高まるのです。

また、その商品が開発されている地域に注目する方法もあります。その地域が秋田県であれば、「秋田美人で有名な○○町で生まれた化粧水です」というふうに。

…この方法を使えば、世の中にあるほとんど全ての商品が魅力的に表現できるようになりますよ！



消耗品のムダ使いを無くす 3つの方法

オフィスの机の上には使いかけのノートが数冊。引き出しを開けると、同じようなボールペンやシャープペン、消しゴムがいくつも出てくる。工場の現場には、使い残したネジやボルトが放置され、手袋やウェス（汚れなどを拭き取る布）などが職場に散乱。これらは消耗品といつても、タダではありません。塵も積もれば山となり、無駄なコストにつながります。そんな消耗品のムダ使いを無くすために、いくつかの方法を紹介します。ムダを無くすためには、消耗品が置かれている置き場を工夫することが大切です。

①消耗品の単価を表示する

使う人は自分の財布は痛みませんが、会社の財布は痛みます。その消耗品1つでいくらなのか、品名と共に単価を表示しましょう。ポイントは、できるだけ目立つ大きさで書くこと。また、単価が高い消耗品は値段を赤字で書いて、極力ムダ使いしないように促しましょう。置き場から消耗品を手に取る

株式会社しづみカイゼン研究所 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づ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。



たびに値段を意識させるのです。

②中古品の置き場を設ける

机の中に貯め込んでいた文房具、現場に放置された手袋やウェスにはまだ使えるものがあります。それらは一旦回収して、中古品置き場として新品の隣に置きましょう。新品から使うのではなく中古品から使うように運用してください。

③新品の置く量を限定する

一定期間に使う消耗品の量は、過去の実績からおおよそ分かっているはずです。過去の使用量をもとに、消耗品置き場にどれだけ置くかを決めます。例えば、毎月1日に「1ヶ月の使用予定以上の量」は置かない。そして、翌月の1日に減った分を補充する流れです。

今まででは山のようにあった消耗品が、当月分だけしか置かれていないと、使う側の意識も変わってきます。

…これらの施策でムダ使いは必ず減ります。この成果を毎月の消耗品購入金額の推移でグラフ化してもいいですね。



「離脱」したユーザーを 顧客にするディスプレイ広告

ある日、仕事で出張が入ったのでホテルの予約サイト(楽天トラベル等)を見していました。すると、その後Yahooニュースを見ても、いろいろなブログやサイトを見ても、その予約サイトの広告が出るようになった。
…そんな経験はありませんか?

実はこれ、**ディスプレイ広告**という広告手法なのです。このディスプレイ広告の面白いところは、非常に細かいカスタマイズができます。例えば、「Yahoo知恵袋のある質問ページにだけ広告を出したい」や「旅行関係のポータルサイトのこの枠に広告を出したい」「○○○で検索したことがある人に広告を出したい」「自社ホームページに訪れた人だけに広告を出したい」などです。このように、ディスプレイ広告は「自社の商品やサービスに興味がありそうな人」や「自社の商品やサービスに一度興味を持ってくれた人」など、**かなり絞り込んだユーザーにだけ効率**

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。



的に広告を配信することができます。

また、クリック課金型になっているので、広告が表示されるだけではお金はかからず、実際にその広告をクリックされた分だけお金を支払えばOK。費用は、1クリック5円~20円という低コストで広告を出稿することができるので非常におすすめです。

このディスプレイ広告をしている企業の多くが、**離脱者への再アピール**を目的としています。一度自社ホームページや商品販売ページに来てもらったのに買わずに離脱してしまったユーザーに対して、その後ディスプレイ広告で追いかけます。「あっ、そうだった! この前気になった商品を買っていなかつた。今時間があるから買おう」となるまで追いかけます。そして、購入した時点でその人に対して(そのパソコンやスマートフォンに対して)の広告をストップさせるのです。インターネット広告はスマートに見えて、実は貪欲に、そして泥臭く顧客を獲得しているのです。



売り込みがほとんどない 「自分で紹介チラシ」で繁盛!

町の電器屋さんで繁盛しているお店があります。

近年、町の電器屋さんはその数がどんどん減っており、昔のように売れる時代ではなくなったと言われていますが、実は差別化を図ることで、**町になくてはならないお店**になることができるのです。

町の電器屋さんのライバル=大型家電量販店です。大型家電量販店は「他店対抗」というチラシを毎週折り込み、とことん価格を安くして、いろいろな電化製品を販売しています。そんなライバルがいる中、どういうふうに差別化してお客様に電化製品を買ってもらえるのでしょうか?

お店の店主は考えました。ライバルと同じ土俵に乗らずに、**小さなお店だからこそ出来ること**をやろうと。

大型家電量販店はお客様の顔を覚えていません。お客様の物とお金しか見ていないことに気付き、そこからお客様の要望を観察した結果、比較されないと価格は交渉されないと

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。



わかりました。お客様の顔や情報を徹底的にリサーチして、商品が壊れたり使い方がわからなければ、家まで出向いてお客様のかゆいところまでやっていくことで**徹底的な差別化**を図りました。

また、過去に商品を購入していただいたお客様500人に、商品の使い方やその時期のおすすめ家電を自分の言葉で紹介する**「自分で紹介チラシ」**を毎月発行し、話のきっかけになるように、なるべく訪問して配るようにしました。すると、どんどんお客様が増え始めたのです。

今では、近くに大型家電量販店は出店してきても、お客様が減ることなく、好調な業績を示しています。

きれいなデザインのチラシもいいけれど、「自分で紹介チラシ」のように、**お客様と自社のスタイルに合ったチラシ**を作成することの重要性を改めて感じました。

あなたも一度、自分の会社(お店)に合ったチラシを考えてみませんか?

今月の…
晃南印刷
最新NEWS!

**カレンダー
早期販売開催中!!**
オリジナルカレンダー、名入れカレンダー
各種取り揃えております。詳細はカタログをご請求下さい。



壁掛けカレンダー

B3文字月表 100冊 20,000円より

卓上カレンダー
100冊 40,000円より



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
Design and Information
for marketing and Communication