

おかげ様で、創業81周年

11  
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

↑売上げUP↑  
販売促進

## 店頭チラシ配布 を成功させる3つのコツ

店頭でチラシを配布していますか？

新規集客を行なうとき、**店頭チラシ配布**

は非常に有効な手法といえます。なぜなら、「お店の前を歩いている」ということは、お店周辺に住んでいる、または、お店が通勤(通学)路にあるわけです。つまり、「**行きやすい**」ということ。だから、折込などよりも断然**見込み度合いの高い層**に届けることができます。そこで今回は、「**店頭チラシ配布を成功させるコツ**」を説明します。

### ●声のかけ方

一般的に、消費者はチラシ配布を嫌がります。だから、チラシを手渡すときの「声のかけ方」はとても重要となります。「こんなちは。美容室〇〇で～す」という**店名呼びかけ型**や「よろしくお願ひしま～す」という**お願い型**はNGです。売り込み臭が漂いまくっているからです。それよりも、「お得なクーポン券が付いてますよ～」などの**特典訴求型**や、「市場から新鮮な魚が入荷しました～」という**お店の魅力訴求型**のほうが

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。「ニュースレターフラッシュ」など著書多数。

良いでしょう。受け取る人が「なに、それ？」と感じられるような**魅力的なメッセージ**を用意しましょう。

### ●ターゲットの絞り方

お店のターゲット層に合う人を選び、チラシを手渡すようにしましょう。新聞折込ではこのような選別はできませんが、チラシ配布なら可能です。

そのためには**配る時間帯**も意識しなければいけません。例えば、男性ビジネスマンの場合は早朝や夕方以降、主婦の場合は午前中や夕方など、ターゲット層が出歩く時間帯を調べて、その時間帯に集中的に配るようにしてください。

### ●笑顔で目を合わせる

最後のポイントは「笑顔で目を合わせる」です。目が合えば、受け取りを拒否しづらくなるから、**必然的に受け取る人が増えます**。

通行人全員に声をかけるのではなく、**狙った1人の相手**に対して声をかけるようにすると目が合いやすくなりますよ。

↓コストダウン↓  
経費削減

## 「会議」には見えないコスト がかかっています！

今回は、「**会議**」について考えてみましょう。

長時間の会議で何も決まらない。会議室にいても会議に参加せずに寝ている。残業して会議資料を準備する。会議が終われば時間をかけて議事録を作成する。

…このように、一つの会議に膨大な時間がかかることが多く、そこには**見えないコスト**が発生しています。

ちなみに、会議には新しい企画を検討する会議、計画をフォローする会議、発生した問題について対策を立てる会議など、いろいろなものがあります。その中で、「**発生した問題について対策を立てる会議**」は次のような運営をおすすめします。

工場の場合、月1回や週1回などの割合で「品質に関する会議」が開かれます。加工や組立など現場で発生した問題について、何件発生したか、一つひとつの問題に対策はできているのか、また対策ができていないものについてはどうするのか、などを決めていきます。

株式会社しきみカイゼン研究所 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き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。

しかし、月や週に1回の会議では一つひとつの問題がどのようなものだったのか**覚えていないケース**が少なくありません。また、問題が起きたときにすぐに対策を立てないため、再度同じ問題を起こしている可能性もあります。これでは会議に時間をかけても意味がありません。

そこで、会議は後でまとめて行なうのではなく、問題が起きたときに、すぐに関係者が現場に駆けつけて、**その場で立ったまま会議を行なうこと**をおすすめします。

問題が生じた現物を直接見て、どのような問題なのか、なぜ起きたのか、二度と起きないようにするためには何をするべきかを、その場で決めます。時間は1時間もかけません。**慣れれば5~10分程度で終ります。**

工場に限らず、どんな会社でも毎日問題は起きているはず。毎月1回、1ヶ月間で起きた問題をまとめた資料をもとに延々と議論するよりも、問題が起きたら、現地現物で会議しませんか？



## 「攻めの営業マン」を作る アフィリエイトマーケティング

ホームページ=営業マンです。ホームページを見つけてくれたユーザーに対して、昼も夜も関係なく情報を発信してくれるからです。

ただし、ホームページは基本的に受け身です。ユーザーがホームページを見つけてくれるまでは役割を果たせません。そんな中、積極的な営業活動をしてくれるのがアフィリエイターという人たちです。この人たちを味方につけたマーケティングをアフィリエイトマーケティングといいます。

アフィリエイトの仕組みには、アフィリエイター・仲介業者(ASP)・広告主(御社)の三者が関わっています。

広告主が仲介業者に商品を登録すると、その仲介業者のサイトに登録しているアフィリエイターが、自分のサイトやブログ、Twitterなどで商品を紹介してくれます。

そして、実際に商品が売れたらアフィリエイターに手数料を支払う仕組みです。特に美容関係や健康関連の通販をしてい

る企業の多くはアフィリエイトを実施しています。また、商品だけでなく、大手脱毛サロン、エステサロン、育毛クリニック、学習塾などの店舗も利用していることが多いです。

アフィリエイターへの手数料の支払いは「商品購入後」「見積り完了後」「資料請求後」「会員登録後」など様々な「成果地点」を選べるので、非常にリスクが低いマーケティング手法です。より多くのアフィリエイターに自社の商品やサービスを知つてもらい、「この商品について記事を書きたい!」と思つてもらえる工夫が必要です。多くの企業は「仲介業者に登録すれば売ってくれる」と認識していますが、それは間違います。

アフィリエイターに対して、自社商品を説明するセミナーを開いたり、情報交換をしたり、実績のあるアフィリエイターには特別な報酬を設定するなど様々な工夫をすることで、より多くのアフィリエイターに紹介してもらえるようになります。マーケティング手法の中でもアフィリエイトマーケティングはリスクが低いので、一度検討してみてはいかがですか?



## 消費者に響くネーミングや タイトルを作るコツ

商品やサービスを売る時にその商品内容はとても大切ですが、それと同じくらいネーミングも大切な要素となります。チラシなどの広告タイトルも同様です。

そこで今回は、消費者に響くネーミングを作るコツについてお話しします。

まず、「誰に」興味を持つもらいたいのか? を考えてください。その人に見てもらいたいのであれば、凝ったネーミングよりもすぐに理解できるものがいいですね。

飲食店にはメニュー表がありますが、ほとんどのメニューがわかりやすいネーミングです。しかし、ひねりがありません。「焼きそば定食」「オムライス」「ミートスパゲティ」…すぐにわかる、誰でも知っているネーミングですが、ひねりがありません。そこで↓このようなネーミングはどうでしょう?

「1980年代のなつかしの焼きそば定食」

「あの下町のオムライス」

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。



### 「やっと見つけた味のミートスパゲティ」

いかがですか? ちょっと興味が沸いてきませんか? 同じメニューでも楽しく感じられるはずです。

チラシなどの販促ツールのタイトルを考える時も同様です。「リフォーム相談会」→「団塊世代のリフォーム相談会」→「50代のこだわりリフォーム相談会」…このように工夫していくと、タイトルがどんどん魅力的になっていきます。

ポイントは、今までのタイトルに「誰のために」をプラスすること。これだけでガラリと変わります。

ちなみに、当社が制作している名刺商品に「トレーディングカード風名刺」があります。コンサルティングのネーミングは「頑張る社長応援隊」です。

…このように、ネーミングを考えるときに大切なことは、まず「誰に見てほしいか」を考え、楽しみながら作ること。そうやって完成したネーミングこそ、お客様を楽しませることができます。

今月の…  
晃南印刷  
最新NEWS!

年末在庫紙一掃につき 先着 サンキュー 39社限定  
**名入れメモ帳  
キャンペーン!!**  
大好評  
大特価  
100枚綴り 2冊セット  
を100組  
カラーの  
のし紙まで  
付けて  
なんと  
**18,000円**  
カタログご請求下さい。 税別

年始ご挨拶の必需品! 数量限定の特別価格!

オリジナルバターンよりお好きなデザインをお選びください

オリジナル  
のし紙10種  
メモ帳12種

同時ご注文  
承り中

お年賀用タオルも  
一緒にご注文なら

さらに  
おトク!

詳しくは専用パンフレットをご覧ください。

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 異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