

おかげ様で、創業81周年

1
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



「失客対策」を構築して、 売上げアップを目指す!

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。「ニュースレター販売術」など著書多数。



失客 …つまり、来店しなくなったお客様に対する対策を行なっていますか?

「来店しなくなったお客様はお店に対して何らかの**不満**を抱いているはずだから接触しないほうがいいのでは?」という考えは間違いです。

なぜかという、**失客の多くがあなたのお店に対して不満感を抱いていないから**。例えば、「しばらく行ってないから行きづらくなった」や「近くに新しいお店ができたから」といった**お客様都合による理由**がほとんどなのです。

その証拠に、あなたは今までに「もう二度と行きたくない!」と感じたお店はどれくらいありますか? きっと、そのようなお店はほとんどないはず。しかし、「なんとなく行かなくなったお店」はたくさんありますよね。あなたのお店の失客も、そのほとんどが(あなたと同じように)**なんとなく来店しなくなった**のです。…だから、**失客対策**を行なえば、かなり高確率でお店に戻ってきてくれるようになります。

そこで、どのような方法で「失客対策」を行なえばいいのか? といいますと、私が最もおすすめするのが「**手紙+ニュースレター+クーポン券**」の3点セットです。

それぞれに重要な役割があります。

- ・手紙…お店の「思い」を伝える
- ・ニュースレター…お店の雰囲気や思いを出してもらう
- ・クーポン券…再来店行為をプッシュする

もし、ニュースレターを発行していなければ「**手紙+チラシ+クーポン券**」でもOKです。いずれにしても、手紙を送って**あなたの「思い」**を伝えなければ、再来店してくれません。「**再び来店してほしい!**」という**熱い思い**を伝えることが重要です。経営者の多くが「新規客が欲しい」と思っています。しかし、「今まで一度も来店したことがない人」を初来店させるのは至難の業です。それよりも「**過去一度でも来店したことがある人**」を**再来店**させましょう。

断然、ラクに集客できるのは間違いありません!



「回数券利用」が一番安い! …わけではありません

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。



交通費の削減の1つに「**回数券の利用**」があります。新幹線など長距離での利用は割引金額も大きくてお得です。

北陸新幹線も開通し、東京から新幹線で日帰りできる都市も増え、回数券を利用する機会も増えてきました。そうすると、「**新幹線で行ける都市は回数券以外の利用は認めない**」という会社も出てきているのではないのでしょうか。しかし、**本当に回数券の利用が一番お得なのでしょうか?**

私は子供の頃は鉄道ファン(今でいうところの鉄男)で、時刻表を見るのが大好きでした。実際に旅行をするわけでもないのに、時刻表を見ながら頭の中で旅行をするのです。目的地を決めたら、どんなルートがあるのか、どのルートが一番運賃が安いのかといういろいろ考えて楽しんでいました。

先日、月曜日に長野、火曜日に名古屋へ仕事に行くことになり、金券ショップで切符(回数券のバラ売り)を買おうと思いましたが、もちろん、東京・長野の往復分2枚と東京・名古屋の往

復2枚です。しかし、それがベストなのかを考えたところ、次のような案が出てきました。

まずは、東京から北陸新幹線で長野へ行き(約1時間半)、長野で仕事を終えたら、中央線の特急しなの号で長野から名古屋へ移動し(約3時間)、名古屋で仕事を終えたら、名古屋から東京へ東海道新幹線で移動(約1時間半)するのです。

スケジュール調整をすれば2日間の仕事が1日で済みます。そして、料金も東京・長野の往復と東京・名古屋の往復より約1万2千円も安くなりました。結局、長野に1泊してから名古屋に移動しましたが、宿泊代を含めても東京→長野→名古屋→東京ルートの方が数千円安く済みました。他にも、金沢・富山・大阪に行く場合は、東京→金沢→大阪→東京のルートが安くなります。

みなさんも回数券が一番安いと固定観念で考えず、近くに鉄道ファンがいたらまずは聞いてみてください。喜んで**最適ルート**を探してくれるはずですよ(笑)。

集客力↑
**WEB
販促**

**ターゲットを絞り込んで
確実に成果を上げる【地域版】**

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。



先日、私の会社の鍵交換をする必要があり、Googleで検索してみました。検索キーワードは「なんば 鍵交換」です。すると「**なんばの鍵交換はお任せ！浪速区の鍵交換なら…**」というホームページが出てきました。
※わかりやすくサイトタイトルを修正しております。
そのサイトをずっと見ていたのですが、「これほど商圏が合致していて価格も適正だから、問い合わせない理由がない」と判断し、電話をしました。電話をすると30分後には到着するとのこと、お願いすると、30分後に到着し1時間後には全てが完了していたのです。
そこで少し気になり、大阪の別の地区である「梅田 鍵交換」で調べると、驚くことに「**梅田で鍵交換ならお任せ！梅田の鍵交換なら…**」という同じ会社のホームページが出てきました。おそらく弊社が梅田にあってもこの会社に依頼をしていたことでしょう。よくよく調べてみると、その会社は**全国展開して**

おり、**その地域ごとのホームページを作る戦略**を採っていたのです。
インターネットでは全国の人をお客様にすることができますが、商圏が限られているサービスや店舗の場合は、ターゲットを絞り込んで集客するのも1つの手段です。インターネットでは顔が見れず、直接話せないだけに、「**何かに特化されている**」ことは1つの**信頼感・安心感**を生み出してくれます。今回の場合、特化したものは「**地域**」であり、これが安心材料となりました。近ければ余計な交通費などもかからないし、対象地域外で断られることもないし、電話しない理由がなかったのです。
インターネットは情報が多いので、**ピンポイントでニーズに合う情報やサービス**は重宝されます。
あなたの会社やサービスでも、何かに特化しそれを上手にアピールすることができれば、今まで以上にWEB上からの注文が得られるかもしれません。

印刷力↑
印刷

**「安売り」ではなく、
「おまけ」で販売促進しよう！**

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。



商品を売る一番簡単な方法は「**安売り**」です。あまり考えなくてもすぐに実現できる方法ですから、安売りをするライバルはたくさんいます。チラシも安売り合戦です。そのほとんどは売れ残った商品を掲載しています。
しかし、チラシやイベントをやる度に安売りをすると利益率が低くなるし、だんだん安売りだけでは集客できなくなります。安売りが当たり前になるからです。そこで、「**安売り**」に**変わる販促手法**を考えてみましょう。
例えば「**おまけ**」はどうでしょう？ あまり手に入りにくいものや、そのお店オリジナルのサービスを「おまけ」にするのです。最近ではジュースやお菓子、ガム、ラーメンにもおまけが付いています。実は、このおまけのおかげでその商品が結構売れたりしているのです。私もおまけ付きのお茶をつい手に取ってしまいます。そのおまけが欲しいわけでもないのに…。
布団屋さんの場合は「**今枕を買ったら、お客様に合った高さ**

に調整サービス」や、ガソリンスタンドで新車を買ったら「**ガソリンずっと20円引きサービス**」などは嬉しいですよ。名刺を注文すると「**おしゃれな名刺入れプレゼント**」なども喜ばれそうなサービスです。その他にも、家のリフォームをしていただいたご主人にこっそり花束を渡して、奥様にサプライズでプレゼント。これはかなり喜ばれそうです。
また、チラシなどの広告にも「**おまけに関する情報**」を掲載しましょう。ただおまけを紹介するだけでなく、「**そのおまけが付いている理由やおまけの魅力、「今だけしかもらえない」というストーリー**」を書くことさらに欲しくなります。
ここで大切なことは、全く関係ないものよりも**買った商品に関係あるもの**が良いですね。あげれば何でもいいわけではなく、気配りのあるプレゼントです。そのおまけで楽になる、楽しくなる、嬉しくなることがお客様の購買動機を刺激します。今年「安売り」ではなく「おまけ」で販売促進しませんか？
気配りのあるプレゼントでお客様を魅了しましょう！

今月の…
**晃南印刷
最新NEWS!**

Web Service
ウェブによる
情報発信

「Webに関するお悩み解決」のお手伝い。
ホームページの制作・リニューアルは晃南印刷へ。

Webによる情報発信サービス

Webサイト構築

コンテンツ企画、制作

ネットワークサポート

**こんなお客様
へのお手伝い!!**

<p>ホームページを 持っていないお客様</p>	<p>今までは必要性を感じていなかった/ 興味がなかった/Webが分からない</p>
<p>ホームページを 持っているお客様</p>	<p>とりあえず作ってしまった/分かる人 がいない/うまく運用されていない</p>

**悩んだら、まずは
晃南印刷へご相談ください。**

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 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 アリファ ●企業PR支援事業
Design and Information
for marketing and Communication