

おかげ様で、創業83年

10  
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



## クーポン券の利用率を 上げて売上げアップ！

今回は、**売れるクーポン券**をつくる3つのポイントを解説します。

### ●ポイント1 厚紙で印刷する

厚紙のクーポン券は、紙が厚いだけで「**お得そう！**」と感じてもらえるメリットがあります。そもそも厚紙の印刷物は捨てにくいので**保管率**が高まり、そのまま**利用率**も上がります。また、**サイズ**も注意しましょう。理想的なサイズは**紙幣サイズ**か、**クレジットカードと同じサイズ**が良いですね。紙幣サイズには「お金(お札)のイメージ」があるし、カードサイズは財布の中に保管しやすいメリットがあります。

### ●ポイント2 有効期限と捺印

クーポン券には必ず**有効期限**を記すようにしてください。有効期限のないクーポン券は利用率が下がってしまいます。また、有効期限の部分を空白にしておき、マジックなどで目立つように**手書き**すると、さらに効果が高まります。

あわせて、クーポン券の右下あたりに**印鑑**を押すようにして

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。「ニュースレター販促術」など著書多数。



ください。(シャチハタで構いません)このひと手間を加えることで、大きな効果を生み出します。

### ●ポイント3 属性を細分化する

来店回数が多いお客様ほどクーポン券を「使いにくい」と感じているものです。結果、損をした気分になり、失客してしまう…。これを回避するために、**既存客専用のクーポン券**をつくってください。「**ご来店3年以上の上得意様だけのクーポン券**」などと題して提供すれば、「無差別に配っているクーポン券」ではなく、「**私のためのクーポン券**」と感じられるようになります。

これ以外にも、「**ファミリー客だけのクーポン券**」や「**いつも家事で頑張っているお母さんだけのクーポン券**」など、細分化すればするほど「**私のためのクーポン券**」と感じられるようになります。究極的な細分化は「**名前付きのクーポン券**」ですね。

クーポン券の利用率を上げて売上げアップしましょう！



## 道具の置き方を工夫して 仕事の効率をアップしよう！

朝、なかなか仕事に取り掛からない作業者をたまに見かけます。

### 話を聞くと、**仕事に必要な道具を探している**

ること。一日の仕事が終わったら、使った道具はちゃんと決められた置き場所に戻していないのでは？と思って尋ねると、ちゃんと道具箱に戻していると言います。その道具箱を見せてもらうと、箱に道具が山積み！同じようなドライバーが何本もあるし、すっかり錆びてしまい、使えそうにない道具もあります。決められた場所に戻していますが、これでは必要な道具を探すだけで時間がかかってしまいます。

これと同じことは**事務所オフィス**でも見かけます。机の引き出しには山のように文房具が入っている。何本も黒のボールペンがあり、なかにはインクが固まって書けないボールペンもあったりします。これでは仕事の効率は上がりません。

そこで、**ちょっとした工作**をして工夫しましょう。まず、スポンジやウレタンのシートを2枚用意します。1枚は道具箱や引き

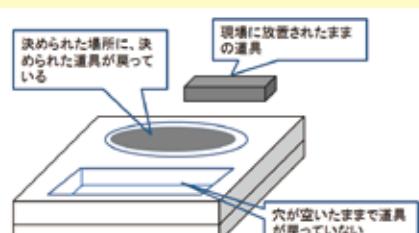
株式会社しづみカイゼン研究所 代表取締役

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。



出しの底に敷きます。もう1枚は道具や文房具の形に合わせてカッターでくり抜き、先ほどのシートの上に重ねて敷きます。これで完成。



道具はくり抜かれた穴に置き、仕事が終わったら元の場所に戻すのです。道具箱のシートの穴に空きがあれば、道具をちゃんと戻していないことが一目瞭然です。

ここで1つ注意です。道具箱や引き出しに入っている道具や文房具を**最低限必要なものだけ**にしてください。そうしなければ巨大なシートを用意して使いもしない道具を並べることになるからです。

必要なものがすぐに取り出せる整頓された状態がなかなかできないという職場は、是非お試しください。



## メルマガやLINEを使った 新時代のマーケティング法

お客様に対してメールマガジンやLINEでお得な情報を提供し、再来店や再購入につなげるマーケティングをしている企業も多いと思います。

しかし、顧客の間では「誕生日で喜ぶ歳ではないのに、おめでとうメールはいらない」「ちょっと安くなったとしても嬉しい」などの「飽き」を感じている顧客も多くなってきました。そこで今回は、**メルマガ会員になってもらった顧客をつなぎとめる方法**を紹介したいと思います。

1つ目は、「**値引きをするならプレミアム感を出す**」です。「〇月〇日までなら10%OFF」というような単純な割引をするのではなく、「在庫処分コーナー全品50%OFF」や「18までの来店でシャンパンボトル1本サービス」など、「在庫を処分したい」「どうせ暇なら来てもらいたい」という企業側の思惑を上手に利用して大幅な値引きをするのです。

ネット上でこのような**プレミアム感**を出すと、その人も来店し

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。



てもらえますし、Twitterなどでその顧客が情報を拡散してくれる可能性もあります。

2つ目は「**値引きではないプレミアム感を出す**」です。

「**30名限定!新商品の試食会を開催!**」「**当店の新キャラクターの名前を募集!**」などです。商品購入につながらなくても、**顧客との強いつながり**を持つことができます。

3つ目は「**ネット上で話題になりそうな企画をする**」です。

「**山の日限定!名前に「山」が付く人はドリンク全品半額!**」「**店長が結婚したので全商品20%OFFで販売します!**」など

です。このような企画は、TwitterなどのSNS上で話題になる可能性があり、顧客はもちろんのこと、顧客ではない人にも自社や自社の商品を知つもらえる可能性も拡がります。

…このように、メールマガジンやLINEを使ったマーケティングは以前からありますが、ほんの少しの工夫で反応率が変わるので、一度試してみてはいかがでしょうか?

お客様を飽きさせないように工夫しましょう!



## お客様がイメージしやすい 広告コピーを考えよう!

来店客に商品を販売する場合、目の前のお客様に試食させることや商品を触らせることができますよね。**お客様に体験させることは**、購買意欲を刺激する上でとても効果的です。しかし、目の前にお客様がいなかつたら…?

試食させることも、触らせることもできません。しかし、同じような気分にさせることはできるかもしれません。例えば、来店していないお客様に「試食した気分」にさせたり、「触った気分」にさせることができれば、同じような効果を出すことができるかもしれません。私はそれを**広告**で実践してみました。

その方法は、**お客様の目の前で説明するように広告コピーを書く方法**です。例えば「胡麻ゼリー」でやってみましょう。

このふわふわの、まるでお豆腐みたいなゼリー。  
ほら、胡麻の香ばしい香りがするでしょう!

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。

スプーンでくってみてください。フルンと揺れている!

あ~、口の中いっぱいに胡麻の香りが広がる!

トッピングのゆで小豆も、とってもやわらかそう。

一緒に食べてみて! また新しい味でしょ!

…このような感じでコピーを書くのです。すると、**お客様は文章の世界に引き込まれていきます**。目の前にいるわけではないし、食べているわけでもないのですが、想像力が刺激されます。これは、食べ物だけでなく、いろいろな商品・サービスで使えるテクニックなので是非試してみてください。

大切なことは、**目の前にお客様がいるつもりで考えること**。文章と共に写真やイラストを使うとさらに効果がアップします。商品を紹介するとき、「おいしい」や「甘い」などのありきたりの言葉で表現するのではなく、もっと特徴をイメージしやすく表現した言葉を選んで文章をつくると、印刷物の効果はもっと高くなります。是非一度試してみてください。

★弊社ホームページより「商売繁盛のツボ」と別紙「校正ノート」のバックナンバーをご覧頂き、お役に立てましたら幸いです。 <http://ko-nan.co.jp/>

今月の…  
晃南印刷  
最新NEWS!

**KANUMAKKO**  
[kanumakko publishing house]

かぬまっこ出版

かぬまに根ざし、かぬまを愛し、かぬまと共に成長しつづける(かぬまっこ出版)こだわりの書籍や写真集を中心で制作・販売させて頂きます。また、喜びと感動を創造する商品を見つけ出しあなさまにお届けして参ります!現在、書籍10種、グッズ5点を掲載!当社HPよりご覧下さい。

▲川柳 知ってて重宝4  
老いたら愉しめ損ちやう  
文章・絵:黒川雄三(山川吉作利(やまかわくり))

▲市制65周年記念  
鹿沼ぶつけ秋祭り(2013)

詳しくは **かぬまっこ出版**web siteをご覧ください。  
<http://ko-nan.co.jp/kanumakko/>

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  
晃南印刷株式会社

SINCE 1924

Design and Information  
for marketing and Communication  
●企業PR支援事業  
DIC アルファ