

おかげ様で、創業83年

12
月号

いつもありがとうございます！

月刊
8

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



客席レイアウトを見直して 売上げアップを実現しよう！

あなたは客席について定期的な見直しをしていますか？その際、重要視すべき点は「客席がいくつあるか？」ではなく、「稼動している客席」がいくつあるか？です。

例えば、全部で20人のお客様を収容できる喫茶店があります。そのお店はビジネス街に位置しているため、来店客のほとんどが「ビジネスマンの1人客」です。しかし、20人分の席が全て4人テーブルだったらどうでしょう？全てのお客様が「合い席」してもらえば客席はフル稼働しますが、多くのお客様は「合い席」を嫌うため、それぞれのテーブルには1人ずつ座るパターンが増えてしまいます。結果、客席レイアウトが悪いために、本来得られるはずの売上げの75%を逃していることになるのです。

そこで、客席レイアウトの定期的な見直しを行なうことをおすすめします。

まず最初にすべきことは、来店するお客様の組数…つまり、1組のお客様が何人で来店しているか、を把握すること。

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。「ニュースレター販促術」など著書多数。



1人客が多いのか？2人客が多いのか？3～4人客が多いのか？それとも、5人以上の団体客が多いのか？

これをしっかりと観察し、分析してください。1人客が多い場合は、客席をベンチシート化したり、2人客が多いのであれば2人席を増やすようにしましょう。

ちなみに、2人席を増やすと、4人客が来店した場合でも2つの席をつなげることで4人席をつくることができます。もちろん、3人客の場合はどうしても1人分空いてしまうが、それは仕方ありません。なるべく「死んでいる席」が少なくなるように工夫することが大切です。

ただし、注意点もあります。それは、効率化のみを追求して快適性が損なわれないようにすること。快適性が損なわれると徐々に来店客が少なくなってしまいます。また、スタッフさんの作業効率が悪くなるレイアウトも良くありません。

これらを総合的に考えながら見直しを行ないましょう！



取引業者の仕分けをして コスト削減しませんか？

製造業であれば材料や部品、流通業であれば商品を業者から仕入れなければなりません。業者選定の一番のポイントはもちろんコストです。

購買担当者はより安い業者がないか常にウォッチしています。その反面、ふと気づくと仕入れ業者が増えていませんか？私の前職のメーカーでは、1つの工場で仕入れ業者が500社以上、板金業者で20社以上、樹脂成型業者も20社以上と、部品の種別ごとに数十社の業者から仕入れていました。

今のコンサル先の製造業でも数十～数百の業者から仕入れています。どの会社もそんなに多くの業者と取引する必要はないけれど、結果的に数多くの業者と取引しています。

なぜそんなに業者が増えてしまったかというと、少しでも安い業者があれば次から次に業者を増やしていく結果です。単価の安さだけを追い求めて、数多くの業者と取引をして正解だったのでしょうか？

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。



業者が増えるデメリットとしては、まず打ち合わせや交渉時間が増えます。また、1社あたりの取扱量が少なくなるため、価格交渉もうまくいきません。さらに、以前は近隣の業者からこまめに購入していましたが、遠方の業者と取引を始めると、月に1～2回まとめて購入するため、在庫も増えてしまいます。そこで、増えてしまった取引業者を一度仕分けしてみましょう。品質、コスト、納期遵守率などで総合的に評価し、どの業者と付き合うべきか絞り込むのです。**必ず今のお取引先数よりも少なくなります。**

そうすれば、打ち合わせ時間も短くなるし、価格交渉もしやすくなります。また、近くの業者を選ぶと在庫を減らすこともあります。さらに、工場や支店ごとに仕入れている場合は、**全社で一括して**業者選定をして価格交渉をした方がさらにコストは下がる可能性があります。

知らぬ間に取引業者が増えていたら、一度仕分けしてみませんか？



2ステップマーケティングで顧客を獲得しよう!

インターネットで商品を購入するのはとても便利ですが、店頭販売のように

実際の商品を手に取り、確かめることはできません。それだけに、**高額な商品**を購入するのを躊躇するユーザーも多いようです。そういう時におすすめする方法が、**2ステップマーケティング**です。

2週間分のサンプル化粧品を格安(980円など)で購入してもらう。実際のサービスを30日間だけ無料で使ってもらう。初回のみ無料で来店して体験してもらう。というような「**サンプル商品」「期間限定の無料利用」「無料来店促進**」を販売するのです。

このような商品やサービスに申し込んだ顧客は「本顧客」ではなく、**見込み客**として捉えてマーケティングを続けます。

見込み客になった人に対しては、随时キャンペーン、セット販売割引キャンペーン、特別イベントの告知などを継続的に行ってない、**本顧客**になってもらう流れです。

このようなマーケティング手法で一番わかりやすいのは、美容関連のコスメやサプリです。

初回限定500円などで1ヶ月分の商品を販売し、ここで購入した顧客に対して電話やメール、DMなどで本商品の購入を促します。お試しセットを購入してもらい納得してもらえば継続してもらえ、**生涯顧客価値(LTV)の高い顧客**になってくれるでしょう。

このような見込み客から本商品やサービスを購入してくれる割合は、優秀な企業や商品で**約30%**といわれています。(本商品の価格やサービス等により異なります)

つまり、手軽なサンプル商品やサービスを100人に販売すれば、30人が顧客になってくれるわけです。

サンプル商品などの製造コスト、広告費、自社商品のLTVなどから換算し、このような2ステップマーケティングを行なっても、長期的に見れば黒字になるのであれば、実践してみてもいいかもしれませんね!

株式会社スマートアレック 代表取締役
河井 大志 (かわい だいじ)
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。



「やさしい文章」で信頼感を構築して商売繁盛!

私たちが作る広告や印刷物には「**読ませる文章**」が欠かせません。見るだけ

ではなく、読ませてこそ効果が上がるものです。そこで大事なのが「**やさしい文章**」です。

やさしい文章は、読む人を楽しくさせてくれます。イライラもカリカリもドキドキもしません。どちらかというと**ワクワク**させます。

よく見かけるコピーに↓このようなものがあります。

「あなたはお金をドブに捨てますか?」

…とても過激なコピーですよね。商売をしている人がお客様なら受けるコピーかもしれません、それ以外のお客様に読んでもらいたいのなら「**大切なお金が無駄になるのはいやですよね**」と表現したほうが良いでしょう。同じ内容なのに、表現が変わるとやさしいですよね。

疑問形で終わらずに、**その先の答えを文章にする。「～しますか?」**ではなく、「～ですよね」「～だと思います」とすること

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。



やさしい文章は作れます。

次に、やさしい印象になる言葉を使ったコピーの事例です。

「この春、新作・新柄を激安価格で提供します」



「この春、出たばかりの新作や新柄もあります」

もちろん、とびつきりお安くするつもりですが、**良いことだけを並べすぎないことが大切です。**

「OO工法だから揺れに強く、ちょっとの地震にはビクともしません。さらに漆喰の壁は汚れがつかず、においも残りません。壁は断熱効果抜群のOOを使用。冬は暖かく、夏は涼しい理想のマイホーム!」

…まるでジャイアンツのスタメンのようです。全部が4番バッター! 非の打ち所がありません。しかし、巨人はずつと優勝できないのです。良いことばかりを書き過ぎると、せっかく信用を築いたお客様まで逃げてしまいます。

やさしい文章で**信頼感**を構築していきましょう!

★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/>

写真のオモイデのカラーが甦る ~オモ・カラ~

大切な写真や思い出の写真を鮮やかに甦らせます。

今月の...
晃南印刷
最新NEWS!

写真修正・加工
新・サービス

色褪せた1枚の写真に込められた大切な思い出。
復元とともにあの日の輝きが甦る。

詳しくはお気軽にお問い合わせ下さい。

よみがえ
キズ・シミを修復

セピア→カラー化

出来上がり!!

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



晃南印刷株式会社

SINCE 1924

栃木県フロンティア認証企業

DESIGN PROJECT

DIC

アルファ

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