

おかげ様で、創業84年

6
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、名刺交換をさせていただ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UP 販売促進

「無料サービス」をとことん充実させる!

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。「ニュースレター販促術」など著書多数。



ハウスクリーニングB社は、以前から**初回無料サービス**を実施しているのですが、サービス実施後の**リピート率**が低いことを悩んでいました。
しかし、新規集客は「初回無料サービス」が当たり前といわれるハウスクリーニング業界において、このサービスを外すことはできません。そこで考えたのが、**とことん「初回無料サービス」を充実させる**というアイデア。
経費や効率度は度外視です。まずは初回に大きなインパクトを与えて、リピート率を上げることを目指したのです。
具体的には、それまでの「初回無料サービス」にかかる**2倍の時間**をかけて、徹底したサービスを提供するようにしました。すると、リピート率がほぼ**100%**にまで向上したのです。
それまでのリピート率は2割以下でしたから、結果は5倍以上!それまでの2倍の時間をかけても、十分に利益が残る結果を得ることができたのです。

「初回無料サービス」は利益が生まれないので、そこに多くの時間・手間をかけることができません。だから顧客満足度は低くなります。**リピート率が下がるのは当然なのです。**
しかし、B社はそんな悪循環を打破することができたのです。B社のサービスは続きます。2時間のサービス終了時に**アフターフォローチケット**を手渡します。万が一汚れが落ちていない部分があれば、再び無料でクリーニングするというチケットです。
さらに、サービスを実施した翌日には**ハウスクリーニングにおけるこだわりを記した手紙**を郵送し、無料であるにもかかわらず「昨日はありがとうございました!」という電話をかけます。その結果、最近では**クチコミ**も生まれるようになり、客数が倍々ゲームで増えているそうです。
1人1人の見込み客を固定化することができれば必ず業績は上がっていきます。むしろ中途半端なサービスのほうが無駄な経費と労力を使っているのかもしれない。

コストダウン 経費削減

それぞれの状況に応じて交通手段を使い分ける

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。



交通費の削減で、新幹線を使わず普通電車を利用するのは適切なコスト削減ではありません。料金は安くなりますが、移動時間が長くなります。そうすると、客先での営業時間が短くなったり、移動時間が長くなり疲れてしまいます。**タイムイズマネー**。安いからといって時間を無駄にするのはよくありません。
しかし、関東圏や関西圏の比較的近距离になると、新幹線を使わず、**在来線の利用も十分あり得ます。**
在来線から新幹線に乗り換えるためには待ち時間が発生し、両者の時間差が小さくなるからです。
例えば、埼玉県の土呂駅(大宮駅の1つ手前)から神奈川県の早川駅(小田原駅の1つ先)まで移動する場合
在来線 → 東北新幹線 → 東海道新幹線 → 在来線
と計3回の乗り継ぎが発生し、時間は約1時間50分。在来線だと直通で移動できるものもあり、時間は約2時間10分なの

で、時間差は30分程度です。
また、小田原駅停車の新幹線は少なく、在来線の方が本数は多くなります。料金は新幹線の自由席利用が約1万円、在来線のみは約5千円と半分になります。これだったら新幹線を利用せずに、在来線だけで移動したほうが良いですね。
さらに、期間限定ですが**「青春18きっぷ」**を利用するとさらにコスト削減ができます。青春18きっぷは**在来線1日乗り放題**で2,370円です。(5枚1セットを11,850円で販売)
通常の在来線利用のさらに半分、新幹線利用の4分の1になります。5枚1セットですが、**複数人で利用することも可能です。**
関西圏であれば、滋賀県と兵庫県の間は快速電車も多く走っていて活用できます。この青春18きっぷは18歳前後の学生しか利用できないイメージがありますが、**エリアによってはビジネスでも活用できます。**
それぞれの状況に応じて工夫することで、交通費を削減しましょう!

集客力↑
**WEB
販促**

従来のビジネスモデルを 変えてしまうネット活用法

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。



**インターネットがビジネスの主導権
を変える光景が増えてきました。**

例えば、ネット通販ができてからアパレル店舗は「試着室」になり、Amazonができてから書店、家電量販店の業績が悪化しました。もちろん、全ての要因がインターネットということではありませんが、かなりの要因をしめていることは間違いありません。

また、最近は**ビジネスモデルの在り方**そのものを変えてしまうケースもかなり増えています。

例えば、「洋服」というのは実店舗、インターネットに限らず「購入する」が当たり前のビジネスモデルです。しかし、最近では「エアークローゼット」というサービスができました。

「エアークローゼット」は、自分に合った洋服が送られてきてレンタルをすることができるサービスです。洋服を「購入する」から「レンタルする」に変化したわけです。もちろん、まだ購入する人が多いですが、何年後かには自分が持っている洋

服は1着もなく、下着類だけを除いて全てがレンタルという状況もあり得るかもしれません。

これをヒントに考えると、インターネットを利用して自社の強みを活かして、ビジネスモデルを変えている例があります。

農家であれば「**野菜を売る**」のではなく、他の業者と協力して「**献立を売る**」というビジネスです。1週間分の「野菜」「お肉」「調味料」をセットにして、レシピと共に配送すれば「野菜を売る」から「献立を売る」に変わります。

その他にも「**アキツパ**」というサービスを使うと、自分が持っている「使っていない土地」を駐車場として利用してもらうこともできます。このように、「不動産」という動かないものも、インターネットに料理されるとあつという間に有効活用されるのです。

皆さんのビジネスモデルや商品もインターネットの力を利用すれば、**今までとは全く異なるビジネスモデル**で勝負できるかもしれません。

印刷力↑
印刷

アマゾンと楽天市場の違い が売れる商品づくりのヒント

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。



アマゾンと楽天市場の違いをご存知ですか？

アマゾンでは、ある程度欲しい商品が明確になっている場合に購入することが多く、最小限のクリック数で購入できてお客様のストレスがないページづくりになっています。だから、商品説明もほとんどありません。

一方、楽天市場は購入する物が明確になっていない状態でも購入することがあります。売れ筋ランキングや検索機能が充実しており、そのページに書いてある内容を読んでじわじわと欲しくなって購入する流れです。つまり、商品の説明文と写真で興味を惹きつけ、購入に繋げているのです。インターネット上でウィンドウショッピングをしている感覚です。

同じネットショップでもこれくらいコンセプトが違うのです。

それでは、実店舗で同じようなことをするためには何をすればいいのでしょうか？

家電などあらかじめ商品名がわかっているものはより安いお

店で探して購入しますが、多くの消費者は、お店に入って見たメニューの写真や説明文を読んで選んだり、「当店おすすめ！」などのキャッチコピーで選んだりしているのです。

また、**看板やパンフレット、チラシ、フリーペーパーなどの印刷物**がきっかけで商品を買うこともたくさんあります。

だから、印刷物もネットショップと同じように、つい買いたくなるような説明、キャッチコピー、写真、イラストなどを工夫して制作すれば今以上に売れるのです。

あるふとん屋さんは、枕の機能だけでなく、この商品を使うことで得られるお客様の将来の姿や、どれくらいの人がこの枕を利用して満足しているかをチラシで毎回紹介しています。すると、それを読んだお客様が行列ができるほど集まり、その商品はあつという間に売り切れてしまいます。

まずは、あなたの商品、サービスを見直して「**想い**」が**伝わる印刷物**を作ってください。きっと印刷物の力があなたの売りたい物を輝かせてくれるはずですよ。

★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!

節電&宣伝効果UP!

節伝うちわ!!

キャンペーン

好評分譲中

晃南スマイルリビング

22号 23号

ハウジングフェア開催

晃南スマイルリビング

お祭りに
各種
イベントの
告知に

割引券の
かわりに

お店の
PRに

夏季限定
メニュー

お問い合わせはお気軽に。 ☎ 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



売れる広告・デザイン

晃南印刷株式会社

SINCE 1994

栃木県フロンティア認証企業

デザインプロジェクト
DIC アルファ



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