

おかげ様で、創業84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

 晃南印刷  
オリジナルキャラクター


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。

社内  
案内

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**

## 2つの判断基準を満たすと 売れる営業マンになる!?

 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。


発行する人が増えています。

 その理由は… **営業マンがニューズレターを発行すると成約率が高まるから。**

なぜ成約率が高まると思いますか？ その理由は簡単です。

**営業マンの「人柄」が伝わるからです。**

 一般的に、営業マンが営業活動をする場面で持参してくるのは、そのほとんどが商品パンフレットです。そして、たまたまかけるように売り込みをかけてきます。…**だから、売れないのです。**

 逆の立場に立つとわかると思いますが、特に高額商品を購入する場合、消費者は**2つの判断基準**で「購入する・しない」を判断します。それは「**商品**」と「**人**」です。「魅力的な商品であるかどうか」という視点と、「信頼できる人であるかどうか」という

視点です。この2つの視点が「合格ライン」に達したときに初めて「買う」という決断をするのです。

 しかし、世の中のほとんどの営業マンは、商品パンフレットしか持ってきません。**つまり、「商品」のことしか言ってません。**だから、売れないのです。

 それでは、どうすれば売れるようになるのか？ というと、「商品」と共に「人」を売り込めばいいのです。そこでおすすめするのが「**チラシ**」と「**ニューズレター**」の**同時発行**です。

「チラシ」で商品・サービスの魅力を語り、「ニューズレター」で営業マンの魅力を伝える流れです。

事実、私は独立起業時に毎日飛び込み営業をしていましたが、最初は全く仕事を受注できませんでした。しかし、ニューズレターを発行し始めてから、どんどん仕事が舞い込むようになりました。

営業の成約率を上げるなら、2つの判断基準を満たすことが重要ですよ！

コストダウン↓

**経費  
削減**

## 仕事は「専門化」ではなく 「共通化」しましょう!

 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。

 企業相手の営業は、お客様との面談が大事です。そのためには**客先訪問の時間をできるだけたくさん捻出すること**

です。そこで、見積書作成や納期&amp;在庫確認など、営業マンの仕事をサポートする事務スタッフが必要となります。

 ある会社で事務スタッフが忙しく、ときに営業マンが事務スタッフに依頼できず、営業マン自ら依頼すべき仕事をやってしまう。そこでもう一人事務スタッフを増やそうという話が持ち上がりました。そのまま増やせば**コストアップ**です。

その会社は6人の営業マンに3人の事務スタッフ。事務スタッフ1人で2人の営業マンをサポートしています。営業マンは、お客様ごとに事務スタッフが決められている方が「あの会社のあの件どうなってる?」と聞けば即答で返ってきてやりやすいと言います。

 しかし、事務スタッフが忙しいといっても3人が**常に忙しいわけではありません**。誰か1人が忙しいだけで、他の2人は暇と

いう状況でした。

 お客様と面談する営業マンは毎回変わっては駄目ですが、営業マンをサポートする事務スタッフは決まったお客様のサポートをする必要はありません。全てのお客様を全ての事務スタッフでサポートした方が**より少ない人員で効率的になります**。

そのため、今まで営業マンと事務スタッフで阿吽の呼吸で行なっていたやり方を見直さなければなりません。

すると「面倒だ」「そんなのうまくいかない」などいろいろな理由を付けて現状を維持しようとする。しかし、共通化することができれば、新たに1人雇う必要がなくなります。誰か事務スタッフが休んでも仕事が滞ることもありません。誰か1人だけが残業で遅くなることも無くなり、働き方改革の面からも望めます。

 みなさんの会社の仕事も、できるだけ「**専任化**」から「**共通化**」にできるところは進めていきませんか。

集客力↑  
**WEB  
販促**

**ショッピングモール内の  
検索エンジン最適化**

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。



**検索エンジン最適化**をご存知ですか？主にGoogleやYahooで自社の公式サイト、ECサイト、ブログなどを**上位に表示する手法**のことです。

一方、Amazonや楽天、Yahooショッピングなどの**ショッピングモール内での検索エンジン最適化**も非常に重要です。特に商品を購入する際に、GoogleやYahooではなく、Amazon内で検索して購入する層は**30%程度**いると言われており、Googleで検索する比率に迫ってきています。GoogleやYahooで上位表示するための方法は様々なサイトやブログで言及されていますし、書籍なども販売されています。しかし、ショッピングモール内での検索エンジン最適化の方法を紹介しているサイトや書籍はほとんどありません。ただ、Googleが順位を決めているアルゴリズムよりも**単純な仕組み**が使われていると推測されており、次のことを意識して対策をしてみると上位に表示されることが多いようです。

「商品の購入数」「販売商品のクチコミの多さ」「良いクチコミの多さ」「販売店のクチコミの多さや良さ」「他社サイトから販売ページへのリンク数」「他社サイトから来たユーザーの購入数」「販売ページ内のキーワードの比率」「商品名に狙っているキーワードが入っているか」などです。

これらを考えると「どれだけ人気があるか」「どれだけ検索キーワードと関連性があるか」が重要になってくることがわかります。

Googleの順位は「ページの滞在時間」「検索結果からのクリック率」「内部リンク構成」など複雑な要因も多いですが、ショッピングモール系はそれほど複雑ではありません。GoogleやYahooの検索順位は対策方法があることを知っている人も多いですが、Amazonや楽天の中の検索順位の対策方法があるということ自体を知らない人も多いので、**少し工夫をしてみるだけで上位に表示される可能性があります**。一度試してみてください。

印刷力↑  
**印刷**

**読ませる文章を書いて  
想いを伝えよう！**

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。



文章を書くのが苦手な方はとても多いですね。実は私も昔はそうでした。そのような人は、文章を書くときに「難しく書かないといけない」と思って硬い表現になってしまっているのだと思います。そこで、文章を書くときに考えることを説明します。それは、**誰に読んでもらう文章なのか**を考えることです。読んでほしい人の立場に立って考えた上で、読みやすいように書くのが一番です。好きな人に想いを伝える手紙だったら必ず相手のことを考えて相手に伝わるように文章を考えますよね？料理も食べる人のことを考えて作ると美味しくなります。文章も同じです。自分を納得させるために書くのではなく、**相手にわかってもらうために書くのです**。ある美容院が書いている文章で「先日は当店で施術いただき…」というものがありません。こんな普段使わない文章では、

堅苦しくて想いが伝わってこないですよ。「この前はお店に来てもらって…」の方が親しみやすく読む気になります。また、梅干しの案内パンフレットに「樹上完熟の梅干し…」と記載されていたのですが、これは木の上で完全に熟すまでという意味とのこと。短くするとわかりにくくなることもあるので、**臨機応変に使い分ける必要があります**。印刷物を作成する時も「読んでもらう相手は誰か？」を考えましょう。お年寄りなら大きな文字で読みやすい文章を書き、時には語りかけるような文章にすると相手にはすごく響きます。会社やお店の印刷物だから真面目に硬く書かないといけないと思っている人が多いのですが、**実は逆なのです**。わかりやすく、なるべく普段使っている言葉で文章を作成して、その文章に合ったデザインをすれば、あなたが伝えたいことがもつと伝わる印刷物になるはずですよ。試しに今お使いの印刷物を見直してみてください。いろいろな修正点が見つかるかもしれませんよ！

★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!**

## デザイン自由自在・集客看板

看板も販促ツールと統一デザインでイメージアップ!

パンフレット  
ご請求下さい

人を惹きつける統一感のあるデザインが魅力です。パンフレットやポスターなど印刷物と統一感のあるデザインで屋外看板やサインも製作いたします。

お問い合わせはお気軽に。 ☎ **0289-62-4141** ✉ [clue@ko-nan.co.jp](mailto: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

SINCE 1994  
売れる広告・デザイン 販促商社 栃木県フロンティア認証企業  
**晃南印刷株式会社**

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