

おかげ様で、創業84年

2月号

いつもありがとうございます!



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



会社案内

売上UP 販売促進

新規客の悩みを全て解消してくれるW看板で新規集客

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。



しています。

「スタッフ看板」には、サロンで働くスタッフ全員の笑顔の写真と共に「仕事に対する意気込み」を書き記しています。

文面は全て手書き文字で、それを読めば「お客様の美のために全力でサポートしたい!」という気持ちがひしひしと伝わってきます。

よく考えてみれば当たり前のことですが、新規客には大きく2つの「不安要素」があります。それは「商品・サービスに関する不安感」と「人に対する不安感」です。

商品・サービスに関する不安感とは「高い商品売りつけられるのではないか?」や「品質が悪いのではないか?」といった感情です。

一方、人に対する不安感とは「怖いスタッフがいるのでは?」

や「いい加減なスタッフが担当になったら嫌だな」といった感情です。

多くのお店では「商品・サービス」に関する細かな情報を出していますが、「人」に対する情報を出しているお店はほとんどありません。だから、消費者の多くは悩み(不安感)の半分しか解消できずに入店を躊躇しているのです。新規客の来店率が低いのは当然といえるでしょう。

ここに気づき、実施したのが「メニュー看板+スタッフ看板」のW看板です。このW看板は、店員とは目が合わない場所に設置されており、これをじっくりと読んでいる通行人(女性)が多いとか。いたってシンプルな施策ではありますが、多くの通行人がこのW看板をきっかけに来店を決意しているようです。その証拠に、初来店したお客様に実施しているアンケートでは、約3割のお客様が「看板を見て来店した」と回答しています。

新規客の悩みを全て解消してくれるW看板を検討してみませんか?

コストダウン 経費削減

ものの量を少なくする

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。



「湯水のように使う」という表現があります。ものや金銭を湯や水を使うように惜しげもなく、無駄に使うことです。

会社の資産を湯水のように使われたらたまったものではありません。直接金銭を扱う交通費や交際費は上司や経理の細かなチェックが入り、湯水のように使うことはできません。しかし、直接金銭を扱わない工場の材料や部品、オフィスの文房具は細かなチェックはできません。

さて「湯水のように使う」という表現ですがなぜ湯や水は惜しげもなく、無駄に使えるのでしょうか。なぜなら日本人にとって水はあって当たり前、風呂桶には湯や水がたっぷり溜まっていますし、水道の蛇口からは好きなだけ湯や水が出てきます。私たちの周りには湯や水がたっぷりあるからです。

では工場の材料や部品、オフィスの文房具はどうでしょうか。倉庫に行けば段ボールに入った材料や部品が一ヶ月分以上と

山のように積まれていませんか。文房具も同様に一ヶ月分近くありませんか。何でこんなにあるかと聞くと「頻繁に買うと手間だからまとめて買う」、「まとめて買った方が少しは安い」という答えが返ってきます。

しかし、それらを使う社員の心理からすると、いっぱいあるからちょっとくらい無駄に使ってもいいやという気持ちになってしまいます。これが今日一日分しかなければ、もし無駄に使ってしまったら今日の仕事に支障が出る。大事に使おうと思う筈です。

一日分とは言わなくとも今持っているより少なくするべきです。「買う手間が増える」、「まとめて買うと高くなる」という声が聞こえてくるかもしれませんが、無駄に使ってしまうのとどっちがいいですか。みなさんの職場にある材料や部品、文房具の量をできるだけ少なくしてみませんか。

集客力↑
**WEB
販促**

**コンセプトカー戦略で
自社大衆商品の認知度アップ!**

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。



自動車メーカーが展示目的で制作して
いる**コンセプトカー**は「俺たちこんなこ
とできるんだぜ」「こういう技術力やデザイ
ン力があるんだぜ」というアピールになり、**そのメーカーのブラン
ディング**につながります。
これと同じく、ブランド品の中にも大量生産はされていないもの、かなり高額なアクセサリやバッグを制作し、自社及び
自社商品のブランディングをしている商品もあります。
これらのコンセプトカーや商品は、インフルエンサー、含めマー
ケティング用語でいう「**インベーター**」によって、**情報が拡散さ
れ**、各企業のブランディングに一役買っています。
これは様々な企業にも応用できる施策です。特に**WEBマーケ
ティング**という拡散が見込める現代であれば、一つのマーケ
ティング**手法として取り入れてみる**のもいいかもしれません。
例えばWEBサイトを制作する際には「サーバー」というイン
ターネット上の「土地」が必要になるのですが、あるサーバー会

社はブランディングのために少し高額ではあるものの「障害な
どがおきづらい安定性」「サイトの表示スピードを最速にするス
ピード感」「サイト乗っ取りを防止するセキュリティ技術」「大量
のアクセスが来た時の処理能力」を各段に上げたサーバーを
影響力のあるブロガーに無料で利用してもらいました。
そうすることでそのブロガーが「**この会社のサーバーすごい**
というつぶやきや記事を投稿することによって、一般の人でも
契約できる1000円前後のサーバーの**契約数が伸びた**という
事例もあります。
もっと広く考えれば飲食店のメニューの中に「**インスタ映え**」**す
る利益度返しのメニュー**を作り、それを拡散してもらうこと
により、来店を促し、他のメニューやドリンクで利益を上げていく
というようなものに似ているかもしれません。
このような施策はどのような企業や業種にも使えますし、イン
ターネットでの拡散が期待できる現代では有用なマーケティ
ング施策かもしれません。

印刷力↑
印刷

**正しい印刷物の作り方
～チラシ編**

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。



印刷物は**正しく作って正しく使えば
効果はしっかり出ます。まずはチラシ
編**です。チラシは企業やお店の販促営業
活動には欠かせない印刷物ではないでしょ
うか?最近、効果がなくなっていると言われていますが昔と今
の見られ方や**行動の起き方が昔とはだいぶ変わってきて
いる**のが効果が出ない理由です。例えば、朝の新聞に入っ
ている折込チラシですが見ている人が少ないとか新聞を購読し
ている人が少ないなど**効果が出ない理由はたくさんありま
す**。ですが今でも広告にチラシを使っている人は実はたく
さんいます。その理由は、**チラシに変わるほどの効果がある広
告媒体はまだ存在していない**からです。もちろん今はスマホ
の普及により広告がネットでの広告に変わってきているのは
事実です。しかし**ネットの広告だけで商売が上手くいっている
会社やお店はほとんどありません**。中小企業ではやはり紙
媒体を上手く駆使しながらネットやSNSを活用する必要があります。
では**チラシをどうすれば効果がある物に出来る**

のか?。まずチラシを見てもらいたい**ターゲットを明確に**決
めます。そしてそのターゲットがどうすれば**手に取って見て
もらえるのかを**考えます。例えば、新聞を取っていない若い
主婦をターゲットにするのなら、その世帯がたくさんありそ
うな地域を絞ってポスティングをします。また子育て世代が
たくさん集まる近所のカフェや保育園などに配布してくれる
コミュニティ誌に掲載してもらうこともおすすめです。次に
考えることはチラシの中身です。今、なぜネットやSNSが
効果があつてチラシが効果がないかという**読者の心理に
訴える様な内容になっていない**からです。今はただ**お安い
価格を入れておくだけで結果が出るような時代ではありま
せん**。利用者の声や買った後どれだけメリットがあるか?今
買うとどれだけお得なのか?など買いたくなるような**仕掛け
をしっかりと盛り込む必要があります**。同じ商品でももう一度
そのあたりをしっかりと考えれば**効果は全く違ってきます**。
手に取る**相手の気持ちに立ってチラシを作成**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!**

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 が少ない/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。 ☎ 0289-62-4141 ✉ clue@ko-nan.co.jp