

おかげ様で、創業85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。

晃南印刷
オリジナルキャラクター

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

お客様に心から愛してもらえるヒット商品は「一緒に」つくる

お客様のニーズに応え、かつ自分たちの強みを発揮して、しっかりと利益に繋がられる商品とは……いっそのこと、**お客様と一緒に商品を作ってみて**はいかがでしょうか？ つまり「**共同開発**」です。

何やら膨大な時間とお金と手間がかかりそうな気がする言葉ですが、共同開発はそれを上回るメリットにあふれているのです。

まず大きなメリットとして、率直に「**売れやすい**」ということがあります。ターゲットとする顧客層が求めるものを作っているわけですから、売れるに決まっている……とまでは断言できませんが、ニーズに合っていることは確かです。

また、自社のターゲットに対してしっかりとした信頼関係を築くことができるのも大きなメリットです。そのお客様たちにとって貴方は、何度も会い、率直かつ真剣に話し合い、一緒に商品を開発する**チームの一員**になるからです。そしてさらに貴方はその相手に対して、たくさんの商品やサービスを無料で（開発中のテストメニューとして）提供することになる

スカイプレジャー株式会社 専務取締役
石橋 拓也（いしばし たくや）

中小企業のブランディングと販促の支援を行っている専門家。東邦大学非常勤講師。著書に「販促の反則技33」。



からです。そんな経験をして、御社に対して何の愛着も抱かない人などいないでしょう。彼らは必ず、これから長きにわたって貴方のお店をサポートしてくれる**心強いファン**になるはずです。

そして、共同開発した商品やサービスは**クチコミを誘発しやすい**、爆発力を持った商品になります。共同開発者たちは、自分たちが開発に携わった商品であることを自慢したいと思うでしょう。また自らも、その商品の熱烈なファンになるに違いありません。共同開発商品はそうやって、彼らそれぞれの**コミュニティに拡散**していく可能性を秘めています。

実際に共同開発を行うにあたっては、ターゲット層の協力を取り付けるところまでの折衝が最も大変です。しかし、商品力があり、一定のファンがついていて、クチコミによる話題性が期待できる、そんな商品を作れるというだけで、共同開発に取り組む価値が十分にあることがご理解いただけることと思います。さらに、**途中経過**をポスターやSNSなどを通じて**周囲に見せていく**ことで、クチコミと期待感をさらに高めることができます。

コストダウン↓

経費
削減

維持コストを判断項目に加える

趣味のマラソンの幅を広げ、今年はトライアスロン（スイム、自転車、ランニングの3種目を1日でおこなう）走走をあらたな目標に設定しました。

マラソンは専用の靴さえあればいいですが、トライアスロンとなると新たに専用の自転車とウェットスーツ、ウェアが必要になります。いかに**コストを安くするかが腕の見せ所**。特に高額なのが自転車。高いのになると100万円近くなりますが、初心者なので専門店で10万円台のエントリーモデルを3つ、ヨーロッパメーカー、アメリカメーカーと台湾メーカーを紹介してもらいました。コストパフォーマンスのいい台湾製が1割ほど安いのがほとんど同じといつていいでしょう。

イメージのいい欧米メーカーがコストパフォーマンスの台湾メーカーのどちらにしようかと考えていると、店員から**購入後の維持コスト**についてのアドバイスをもらいました。レースで

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。



使う自転車なので、いいタイムを出すには購入後に消耗品の交換も必要。タイヤはもちろん、車体のパーツも交換が必要。その点、台湾メーカーは**交換パーツの値段も安く**、初期投資だけでなく維持コストも安くなるということ。

これは**オフィスも同じ**です。プリンターやコピー機も本体以上に、消耗品のインクやトナーのコストが大きいです。社用車も車体価格だけでなく、車検や定期点検のときの交換パーツの費用も発生します。

工場の設備も年数が経てば部品の交換や保守費用が必要です。ついつい購入時は値段、デザイン、機能の豊富さに目が行ってしまいます。

しかし、購入後もコストは発生し、そのコストはメーカーによって変わります。

新年度になり新たに事務機器や設備投資を考えている会社は**維持コストも忘れないでください**。



WEBからの集客で「導線」を意識していますか？

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。



WEBを利用した集客をする際に「この集客方法で500人が訪問した」「100人集客するのに1000円使ったから1人あたり10円で集客できた」「1000人のアクセスがあつて10人の人が購入してくれた」というような分析は**初心者**のWEBマーケティング担当者でもしています。しかし、その「100人」「500人」「1000人」の人が「**どういうモチベーションの人なのか**」を分析していますか？つまり「**すぐ買うような層**」なのか「**近々購入しそうな見込み客**」なのか「**将来的に購入につながるような潜在顧客**」なのか。これらの「購入意欲」によって、見せるべきページと、訪問してくれた人を誘導するページをしっかりと考えた「**導線**」を作ることによって、購入率、将来的な購入率が変わってきます。例えばペットフードを販売しているECサイトがあったとします。「**ドッグフード オススメ**」と調べてきてくれた人は「**すぐ買う層**」なので「ドッグフードの一覧ページ、ランキングページ、オススメ商品のページ」に誘導する必要があります。

「**チワワ 長生き する方法**」と調べてきてくれた人は「**近々購入しそうな見込み客**」の可能性があるので「**犬が長生きする方法**」を紹介しながら、「エサ」の重要性を認識させるページに誘導する必要があるでしょう。またページの最後に「ドッグフードのランキングページ」に誘導するバナーがあると購入意欲が高まった上でクリックしてくれる可能性があります。「**犬 しつけ 簡単**」と調べてきてくれた人は「犬を飼っている」という事実から「**将来的に購入につながるような潜在顧客**」でしょう。「犬をしつけるためのノウハウページ」をしっかりと作りましょう。このようなページを用意することで「**犬のことを理解しているお店**」という認知をされるので、ドッグフードを探し始めたタイミングで、このお店の存在を思い出してくれる可能性があります。「集客数」「集客コスト」「購入率」を気にするのも大事ですが、その裏側にある生身の人間の「**モチベーション**」に対して**ページを見せる**ことによって、より大きな効果を発揮する可能性があります。



正しい印刷物の作り方～社内報編

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**。印刷物毎に正しい作成方法や使い方を説明していきます。今回は**社内報編**です。みなさんの会社には社内報がありますか？社内報と聞くと大企業だけが必要な物だと考えていませんか？確かに大手企業にはたくさんの事業部がありたくさんの社員がいるので、その情報を共有するために社内報を活用することはあります。しかし実は中小企業でも**社内報を作って情報を共有**している会社もあります。それだけではなく、社内報は作り方によって社外報というか**新聞にもなるのです**。そういう使い方をすれば会社の取り組みや新事業紹介、イベント情報、新入社員の紹介などをお客様にも知ってもらえる**広報物になります**。これが実はお客様に自社の取り組みをしっかりと知ってもらえる強い味方になります。営業マンが定期的にお客様のところに訪問するのに、手ぶらではなかなか行きづらいものです。そんなときにもこの**社内報がある**

と行く理由が**出来て**話のきっかけになります。そんな社内報を作成する時に必要な要素は
 ①定期的に送る…これは大変重要です。毎月でなくても年に4回とかでも構わないのでお客様に定期的に届くことをお知らせすることが大事です。
 ②誌面はなるべく同じレイアウトにする…毎回レイアウトを変えるよりコーナーを固定にしておいて例えば、新商品紹介コーナーや頑張っている社員紹介コーナーなど内容は変わってもいいので、コーナーを固定にすると読みやすくなります。
 ③面白いタイトルを付ける…どうせ作成するなら読んでもらえる内容にする必要があります。そこでチカラを発揮するのが**キャッチコピー**です。例えば、「1分で分かるわが社のすご技コーナー」とか「若手社員がお客様インタビューしてきました」など読みたくなるタイトルと内容を考えれば社内はもちろんお客様との共通の話題になります。是非、チャレンジしてみてください。

★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!

50本からの
 小ロットも
 OK!

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

楽しいイベント盛りだくさん
22日 23日
ハウジングフェア開催
 晃南スマイルリビング
 1000円以上 10%OFF

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 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