

85
th
ありがとう

おかげ様で、創業85年

9
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

会社
案内

↑売上げUP↑

販売
促進

安定収入のあるニューファミリー層だけに広告を届ける方法

社宅・公務員宿舎ポスティング

「社宅」と聞くと、どのようなイメージを持たれるでしょうか。小さな集合住宅で、隣近所は同僚や上司……住まいとしてはあまり良い印象でないかもしれません。ですが、それは住む側の話。広告を届けるターゲットとしては、こんなに住人の属性がわかりやすい場所は他にありません。勤務先が分かっているのですから。

その数はずいぶんと減りつつありますが、今でも社宅制度を維持している企業は経営的に良好で、資本力のある企業ばかり。これは、リストを調べてみると大手企業の名前を多く目にすることができます。さらに社宅は基本的に既婚者向けの住宅として建てられていますが、あまり年配の世帯は住んでいません。社宅はほとんどの場合、小さめの集合住宅です。築年数も古く、優良企業の従業員が住み続けるには満足しづらい住まいです。比較的安定した収入を得ているにもかかわらず、家賃が非常に安い社宅に住んでいる若い世代の既婚者世帯。彼らは「安い社宅に住んで貯蓄をし、マイホームを買って出ていく」とい

う選択をとることが多いです。

話を整理しましょう。社宅に住んでいる層は、「優良企業に勤務していて、安定的な収入を得ており、いずれマイホームを購入したいと考えている若い世代の既婚世帯」です。**不動産の広告ターゲットとして、これ以上ないくらいぴったりだと思いませんか。**それに、教育関連、金融、保険などの「未来への投資」も需要が見込めそうです。

もう一つ、似た属性を持つ住宅として、「公務員宿舎(官舎)」があります。宿舎、官舎という名前ですが、公務員向けの住宅です。こちらも属性としては社宅と同様で、勤務先・収入の安定性としては文句なしの公務員であり、やはり家賃補助があることから可処分所得は高いということになります。実施にあたっては、ターゲットエリアでの社宅・公務員宿舎リストを作成しなければなりません。インターネット検索や地図検索に頼るのがもつとも簡単ですが、地道な作業になります。地元のポスティング会社であればデータベースや配布のノウハウを持っているところもありますので、相談してみるのも良いでしょう。

スカイブレジャー株式会社 専務取締役
石橋 拓也 (いしばし たくや)



中小企業のプ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」。

↓コストダウン↓

経費
削減

ネット予約サービスを 調べてみよう

以前紹介しましたが東海道新幹線の利用はネット予約の「エキスプレス予約」(JR東海)がお得です。

会員登録さえすればネット予約するだけで東京～新大阪間なら通常料金に比べて1,000円以上安くなります。

回数券利用より数百円さらにお得です。

予約変更是出発数分前まで可能です。

私は東海道新幹線以外に中央線や常磐線の特急を利用します。JR東日本にも「えきねっと」というネットサービスがありますが在来線特急は金券ショップで回数券を購入していました。ところが今年の春、突然中央線の特急あずさ号の回数券が終了になりました。

その代わりに「えきねっと」のチケットレスサービスが始まりました。

ネット予約すれば特急券を発券せずに乗車できるサービスです。乗車券はスイカ(JR東日本のICカード)を使えば、駅の窓口や発券機に並ぶ必要がなく乗車でき便利です。

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。

しかし、回数券に比べて割引率は低くお得感が全くありません。わずか数百円安くなるだけ。

数か月後のある日「えきねっと」のサイトに「えきねっとトクだ値」というサービスを発見。このサービスは駅の発券機で「乗車券＆特急券」を発券しなければなりません。

しかし、2週間前に予約すれば乗車券＆特急券が通常料金の30%オフになり回数券のときと同じくらいの割引です。

しかし、「えきねっとトクだ値」は販売数限定なのでいつでも必ず買える保証はありません。

また、エキスプレス予約のように自由に変更できないので注意が必要です。

このようなネット予約サービスはJR東日本に限らず、他の鉄道会社にもあるので、ぜひ調べてみてください。

ネットの世界は次々と新しいサービスが提供されます。

定期的に調べてみることが必要ですね。

社長向けに「利益を生みだすカイゼンのポイント」をまとめた小冊子が出来上がりました。ご希望の方は03-3449-7358に住所・会社名・氏名と共に小冊子希望とお伝えください。



その広告見られてません。 パッパッと伝える時と、読み込ませる時。

先日サイバーエージェントが6秒動画の広告をつくる子会社を作りました。

「え?たった6秒の動画広告!?」と思うかもしれません。現にYouTubeで最初に流れる動画広告は6秒の動画が多くなってきました。

6秒でパッパッと「このサービスおもしろそう!」「この保険ちょっと変わってる!」「この転職サイトは他と違う!」と思わせることが重要になります。そもそも動画を見る前に流れる広告なんて見たい人はほとんどないでしょう。はやく本来の動画を見たいはずです。

でも企業からすれば「6秒が勝負」なわけですから「興味ない人にどれだけアピールできるのか」が重要になってきます。

この6秒動画の「狙い」は「商品やサービスの詳細」をユーザーに届けることではありません。あくまでも「認知度アップ」と推測されます。

つまりこの6秒動画で「商品の良さ」「他社との違い」「料金体系」「利用することのメリット」「どういう人が使うべきか」など詳しく伝えることはできないのでとにかく「この保険ちょっと

変わってる!」というようにパッパッと伝えることが重要なです。

逆に、そういう印象を残せば「〇〇保険」などのキーワードでGoogle検索してくれるので、そのユーザーに対しては詳細を説明するLP(ランディングページ)を用意し、LP上では「商品の良さ」「他社との違い」「料金体系」「利用することのメリット」「どういう人が使うべきか」など詳しく伝えて、資料請求や見積もりというアクションをさせればいいのです。

現に弊社が請け負っている記事広告があるのですが「保険」に関する記事があります。これらの記事は数十本あるのですが、いずれも10分程度で長い記事だと15分程度読まれています。そしてこの記事には見積もりフォームが付いて、保険について相談したい人はすぐにアクションできます。つまりこの記事広告と動画広告ではターゲットやターゲットが購入や契約に至るまでのモチベーションも違うので、広告の役目も違うのです。

このように広告の配信方法、場所、ターゲット、役目を考えて内容を考える必要があるのです。

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。



正しい印刷物の作り方 ～展示会ブース編～

印刷物は正しく作って正しく使えば効果はしっかりと出ます。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。

今回は展示会ブース編です。

展示会のブースも印刷物って思われる方もいるかもしれません。実はブースも印刷物なんです。

もちろんしっかりとした設営業者に依頼して大工仕事でブースを制作するブースもありますが、中小企業のブースは3m×3mのブースの装飾は印刷会社が持っている大判のインクジェット出力をブース前面に貼るだけで充分インパクトがあるブースになります。

デザインやイメージはいつも付き合っている印刷会社に相談してブース、パンフレット、ノベルティなどすべて統一で作成するのもイメージが付けやすくていいと思います。ブースもある意味読み物です。

遠くからでも興味がなくてもブースの前を通ったほんの数秒で何の会社かわかるようにしないといけないし、できれば興味を持たせて足が止まつたり、話を聞こうとブースに入つてもらえるようにしないといけません。

何を作成する時でも何となくではなく、誰に対して何を見てもらいたいか?何を知つもらいたいか?何に興味を持ってもらいたいか?を考える必要があります。

しっかり考えればどこがターゲットで何で戦うのかがおのずと見えてきます。

せっかく、時間とお金を使って展示会に出るならもちろんそこからの受注を目指さないといけないし、せめて見込みのある企業の名刺をもらわないと意味がないのです。どうせ、出展するなら前向きに、楽しい時間になるように事前の用意をしっかりして臨んでもらえればきっと結果は付いてきます。是非挑戦してみてください。

★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!

写真のオモイデのカラーが甦る ~オモ・カラ~

オモ・カラ

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。

大切な写真や思い出の写真を鮮やかに甦らせます。



詳しくはお気軽にお問い合わせ下さい。

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

SINCE 1924
売れる広告・デザイン・販促会社 栃木県フロンティア認証企業
晃南印刷株式会社

Design and Information
for marketing and Communication
•企業PR支援事業
DIC アルファ