



おかげ様で、創業85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



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



社内



差し迫った有効期限を突きつける方法 店頭フラッシュクーポン

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」。



販促の王道といえばクーポンですが、クーポンならではの心理的障壁もあります。それは、「面倒臭さ」と「プライド」です。クーポンを切り取るのが面倒臭い、財布に入れて持ち歩くのが面倒臭い、財布から取り出して手渡すのが面倒臭い……そういった面倒臭さは、クーポン利用の妨げになります。それから、安さを求めてクーポンを取っておくようなケチな人間に思われたくない、という理由で、頑なにクーポンを利用しないという人もいます。しかし、そんな層に対してもクーポンを使ってもらう方法があります。それが、店頭で発行する「フラッシュクーポン」です。放っておいても購入するであろうお客様に店頭でわざわざクーポンを発行したら、売上を下げただけじゃないか……そうお感じになるでしょうか。しかし、その場で割安な商品を提供するという意味では、「今日のおすすめ」や「今月のキャンペーン」と大差はありません。このクーポンのポイントは、メニューやポスターでの告知はせず、来店時にチケットの形で、その場で手渡しするという点です。

店頭フラッシュクーポンは、紙のクーポンに、その日の日付をスタンプで押したものを「当日限り有効のクーポン」として渡します。これは既に切り取られているクーポンで、しかも自分の掌の中にあります。さらに、自分はすでにそのクーポンが利用できる店舗の中にいます。これらの条件は、クーポンのデメリットを見事に打ち消しています。そして、自分はクーポンを使おうと持ってきたのではなく、たまたまその日に来たために特別な権利としてクーポンをゲットしたのです。このようなシチュエーションであれば、クーポンを使うことは決して浅ましい行為ではなく、むしろチャンスを手堅くモノにする賢い選択であるということになるでしょう。そのように、非常に使いやすい状態のクーポンですが、残念なことに本日限定、つまり店を出た瞬間に権利は消滅してしまうのです。本日の日付をスタンプし、紙で手渡すことでそれは強烈なメッセージとなります。ユーザーの掌の中で、文字通り手に汗握るような焦りを生じさせるのです。ユーザーは「損した気分」を味わいたくない、と考え、比較的高い確率でクーポンを使用します。



かんばん方式より簡単な ツーボックス方式

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。



まだあると思ったネジや文具などの消耗品がない。
たとえ消耗品といえども無ければ仕事になりません。
単価の安さからいつも購入しているお店に注文すると早くても明日の納品。
消耗品といえども無ければ今日一日仕事になりません。
仕方なく近くのお店でいつもより高い単価で買うしかなかった。
なんてことはありませんか。
そんなことが無いように消耗品といえども在庫数を毎日チェックすればいいといってもなかなかうまくいきません。そんなときお勧めなのが以前紹介したかんばん方式より簡単なツーボックス方式です。
ボールペンであれば、1ダース12本入りの箱を2つ用意します。一方の箱から使い始めて空になったら注文します。

注文して納品されるまでは残りのもう1箱を消費していきます。購入するタイミングは箱が空になったときなので誰でも分かりやすいです。
12本入りを2箱用意するのでは我が社には多過ぎる。そんな時は1箱12本を別に用意した箱2つに6本ずつ分けて1箱6本が空になったら購入するようにします。
2つの箱を使って運用するのでツーボックス方式と言います。ただし、ツーボックス方式は消耗品のような1箱の量が多く単価の安いものに向いていますが、単価の高い物には向いていません。単価の高い物を2箱も用意してしまつては在庫金額が高額になってしまうからです。
御社も消耗品の管理にツーボックス方式を考えてみませんか。社長向けに「利益を生み出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。



御社の商品やサービスの背景はWEB上で伝わっていますか？

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。



先日、誰もがコンビニで見かけるフランスの飲料水のメーカー様とお話をしてきました。その水は硬水なのですが、私自身は硬水の口当たりが苦手で、あまり飲んだことありませんでした。打ち合わせでは芸能人に何千万も支払ってプロモーションをしたけれど、全然効果がなかったという相談を受けました。私を感じたことは「誰もが知っている水なのでイメージ自体はできあがっており、そのプロモーションの意味はないだろう」ということです。逆に「フランスで選ばれている背景」や「硬水の深い知識」を日本人に対して植え付けていかないと馴染みのない「硬水」手に取ることは少ないはず。打ち合わせにあたり、公式サイトを事前に見ていたのですが「疲れているときは体が弱酸性になるので弱アルカリ性の硬水を飲むと良い」「硬水にはマグネシウムとカルシウムが入っているので不足しがちな栄養素を補える」「肉などを煮込むときに使うと荷崩れしない」などが書いていました。ただ、それらの情報は、一生懸命探さないと見れないところに配置されていました。逆に最近のブロガーと言われる人たちは自分たちの「背景」を前面に押し出してアピールしています。例

えば介護士として働いていたけど、正社員だとサービス残業もあるし、給与も低かった。そこで逆に派遣会社に登録し介護士として働けば残業代もつくし、給与も大きく上がった。しかもシフトも自由に決められる。だから介護士の派遣会社を進めるために介護士向けのブログをやっている。このような背景があれば、「正社員の方が安定しているし、なんとなくイメージが良い」と思う人でも「派遣という働き方もありかも」と思うはずで、実際にそのブログから多くの介護士さんが派遣会社に登録しています。このように、「会社」「運営者」などが「なぜその商品やサービス」を「紹介又は販売しているのか」という背景は情報があふれている現在では必要です。もちろんInstagramを使って商品や会社のイメージを定着させることも大事ですが、同じような商品やサービスが多数存在する今、背景をブログ、サイト、YouTubeなどを使って配信することが重要なのです。加えて、その背景を知ってもらい購入や契約に至ったユーザーはファンになってくれることが多くLTV(生涯顧客価値)の高いユーザーになってくれる傾向も出ているのです。



正しい印刷物の作り方 ～飲食店編～

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。



前回までは印刷物の種類毎に正しい印刷物の作り方をお伝えしてきましたが今回からは業種毎で印刷物の正しい作り方と正しい使い方をお伝えしていこうと思います。第1回は飲食店編です。飲食店と言っても、和食、中華、イタリアン、居酒屋、ファミレスなどいろんなジャンルがあるのでその中で正しい印刷物を紹介するのは難しいのですが、どんなジャンルの飲食であっても絶対行わないといけない物があります。それは、告知と周知です。告知はお店に来る前のお客様に来てもらえるようにするために作るもので周知はお店に来てから頼んでもらうために見せる印刷物です。例えば、駅前などお店の前をたくさんの人が通るような立地のお店なら前を通る人に美味しそうとか安いなど入りたくなるようなPOP看板やパンフレットやチラシを店頭においておく必要があります。逆に

郊外ならお店の大型看板やのぼり、ポスティングや折込チラシなどの告知ツールが効果を発揮します。また周知はお店に入店してから机やカウンターに座り、何を頼もうか選ぶためのメニューポスター、卓上POP、また次の来店を促進するためのスタンプカード、シヨップカード、会員カードなど必要な物はたくさんあります。告知も周知も今、必要なのがストーリーや想いを伝えるということ。ただ商品の羅列と価格の表記だけではお店の特徴やお店の想いが伝わらないのです。これは飲食だけではなくどんな職種でも今はどんな人がどんな想いでどんな料理を提供しているのか？例えば、「その料理はどこ産の普段なかなか入荷されない特別な素材と今までと違う味付けでお客様を虜にする逸品です。」などお客様の興味を惹くそんなメニューやPOP作りが必要になってきます。どれだけ想いを注入するかがキーポイントです。

★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。 <https://ko-nan.co.jp/>

今月の…
晃南印刷
最新NEWS!

デザイン自由自在・集客看板中

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

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

SINCE 1994

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