86th ありがとう
おかげ様で、創業86年
1月号
月刊
# 商売繁盛のツボ
いつもありがとうございます！
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お客様、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

## リピーター指名をゲットする方法 パーソナル・カスタマイズDM

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」。

どのような業種・業態であれ、最終的には人と人のお付き合いですから、実際にお客様と相対する担当者のスキルや人柄は大切です。特に美容室やエステティックサロンなど、個人の技術がクオリティを左右する業態では「お客様が人につく」、つまりスタッフに対する「指名」が重要になってきます。高い技術と接客対応を備え、何倍もの「指名客」を持つ花形スタッフがいることでリピーター率が高まり、経営が安定します。逆にそのスタッフの離脱は大ダメージになることもあります。スタッフ自身にとっても店舗・企業にとっても、「指名」は重要なのです。そこで、いかにお客様の記憶に残り、また会いたいと思わせるかどうかがポイントになります。

美容室などでは、「サンキューレター」（来店に対する御礼DM）をよく使用しています。筆まめな営業マンもよく使う手法です。ただし、そのDMは印刷された画一的なものであるため、真面目なスタッフは手書きで一通一通、自分の想いや会話の内容などを記すのです。

たとえば、サンキューレターに担当スタッフの顔写真があれば、顔も思い出してもらえるでしょう。写真を掲載する理由には、「単純接触効果」もあります。心理学的には、顔を見せれば見せるほど、好感度は上がります。それからSNSのアカウントも掲載しましょう。TwitterやInstagramで自分の発信を見ていただくことでも「単純接触効果」がありますし、現代的な手法です。ただし、まずはアカウントを知ってもらわなければならないので、自身のプロフィールや想いを詰め込んだDMが役に立つというわけです。スタッフ一人ひとりから、お客様一人ひとりに心を込めて送られるDM。それが「パーソナル・カスタマイズDM」です。

現在では、スタッフそれぞれがブランド価値を持ち、たくさんの指名を抱える「スター」になる、そしてそういったスタッフが集結したオールスター型の店舗・企業が支持を集めます。これからの企業は、スタッフがそれぞれの「個」の力を存分に伸ばし、発揮できるためのバックアップをする芸能事務所のような役割が求められるでしょう。

コストダウン↘
経費削減

## 赤札作戦！

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。

年末、現場や職場で大掃除をしているとあらためて不要なものが見えてきます。「不要なものだから捨ててしまえ！」と思っても「いや、また使うかもしれない。取っておこう」と元に戻す。そんなことを毎年繰り返していませんか？その結果、書類や備品は増え続けて置ききれなくなればトランクルームや外部倉庫を借りる。まさにムダな出費です。しかし、捨てるか、残すか、決めるのは簡単ではありません。自宅の部屋の片付けも同じです。部屋に溢れかえったものを捨てるか、残すか迷います。こんまりさんこと近藤麻理恵さんの全世界で1，000万部を超えるベストセラー「人生がときめく片づけの魔法」（サンマーク出版）ではその判断を、ものに触れたときの感覚が「ときめく」「ときめかない」で決めることを勧めています。しかし、私物ならともかく現場や職場にあるものを「ときめく」「ときめかない」で判断する訳にはいきません。そこでお勧めなのが現場改善でおこなわれている「赤札作戦」。現場や職場で「捨てるか」「残すか」迷ったもの全てに①赤札を貼る（赤やピンクの目立つ色の小さなポストイットがお勧め）②赤札が貼られているものを使うときは赤札を外して使う。これだけです。赤札を貼って1年後（数か月でもOK）にまだ赤札が貼られているものは1年間全く使われなかったことが証明されます。1年間使われなかったなら捨てると決断し易くなります。年末の大掃除は過ぎてしまいましたが一度赤札作戦をやってみませんか。もので溢れていた現場や職場はすっきりして仕事がはかどること間違いありません。ちなみにこの赤札作戦、拙著累計2万1千部発行の「世界一わかりやすい在庫削減の授業」（サンマーク出版）にも紹介されていますので興味を持たれた方はぜひ。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。

集客力↗ WEB販促

# BtoCのコミュニケーションは友達感覚でコスト削減？

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。

ビジネスシーンでのコミュニケーションツールはチャットワーク、LINE、スラック、メッセンジャーなどが随分と浸透してきました。

ただここ最近はBtoCのコミュニケーションにおいてもLINE、zoomを利用して「友達感覚」で顧客を囲い込んでいる事例を多く見受けられるようになりました。

僕が「お店」とLINEでやりとりしているのは「肉屋」「居酒屋」「マッサージ屋」「美容室」「スーツ屋」「フィットネスジム」の6店舗です。いずれも友人がやっているお店ではなく、「一般客」として通っていますが、予約などは全てスタッフの「個人LINE」でやりとりをしています。

居酒屋においてはアルバイトスタッフが個人の判断で「常連」として認識すればLINE交換をしてもよいという指示を出しているようです。ただトラブルにならないように「男性スタッフと男性客」というような決まりはあるみたいですが。

LINEは本当に気軽にやり取りできるので「明日19時にカットいけますか？」「大丈夫です！お待ちしております！」で予約が終わりますので非常に手間なく物事が進みます。

ただこの戦略のすごいところは「顧客のつなぎ止め」や「顧客のロイヤルカスタマー化」だけではなく、「予約手数料のコスト削減」にあります。

美容室、マッサージ屋、飲食店などは予約サイトを使うと、10%～20%程度の手数料を支払わないといけません。僕なんかは家族で食事をすると15,000円くらい使いますので、仮に20%とすると3,000円の手数料がかかります。

しかしLINE経由で予約が完了していると、予約サイトに手数料を支払わなくても良いので、3,000円のコストが削減できます。ただ予約サイトは新規の顧客開拓には欠かせないものなので、新規の顧客開拓はそのようなサービスの強みを活かして、リピーター、常連などに対しては融通もききやすく、利便性も高く、無駄なコストを省ける個人間のやりとりをするのも一つの手です。

LINEではなくても、メールや携帯の電話でも良いでしょう。

過去にLINE@のような一方的に情報発信するツールを使っていたお店も、双方向にやりとりをして気軽に予約できるお店もありました。

このような戦略はメッセージをやりとりする手間はかかりますが、「コストも削減」できますし、顧客の手間を考えると「マッサージ屋を予約するならいつものお店にLINEしてみよう」という他店の流出を防ぐ役目も果たしてくれそうです。

ピンチをチャンスに↗ 経営戦略

# コロナ禍でも出来る経営戦略とは？

**第2回テーマ**
**「お客様に寄り添えばどんな状況も乗り越えれる」**

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。

今回のテーマは「お客様に寄り添う」です。これはコロナになってすべての職種、ほとんどの企業が何かしら影響を受けています。私たち広告業界も今まで当然あったスポーツイベントや祭り、集客イベントなどイベントがあるのでその告知などで仕事をもらっていたものが今すべて中止になり、必然的に仕事の受注も出来なくなりました。そうなるとどうやって減少した仕事のカバーをするのか？と考えたときに何もできずに困っている企業がたくさんありました。弊社では、いつも考えているのはその場の環境に振り回されるのではなく、まずはいつもお世話になっているお客様の状況を一早く聞きだすことが何よりも最優先。そしてこれから自社でやるべきこともそのお客様たちの声を聞き、その中から今、最も必要とされているものを考えて、商品化していくということをやっております。

お客様のところへ伺えなくてもコロナによって普及したzoomやメッセンジャー、メール、電話で十分ヒアリングは出来るのです。出来ないことを嘆くより出来ることを見つけて全力でやれば、他のライバル会社よりお客様に寄り添うことが出来、お客様の困りごと、やりたいことをいち早く聞き出すことが出来るのです。自分たちもこの状況に戸惑っていますが、同じようにお客様もどう対応していっていいのか？これからどうやって営業していけばいいのか？などいろいろ迷っています。そこの不安や迷いをしっかりキャッチして、このコロナになったからこそ生まれる物をスピーディに対応すればきっと今までの仕事＋新しい仕事が生まれるのです。「すべてはお客様のために」「答えはお客様にしかない」とよく言いますが、今こそ本当にその通りだと痛感しています。コロナ以降、楽通では毎月新商品を誕生させ、毎月メディアに発信して4月以降Yahoo!ニュースに5回取り上げてもらっています。この内容もすべてお客様からお聞きした今、あったらいいなぁをカタチにしたものです。お客様の声＋アイデア＋スピードがあれば、今まで以上にお客様に必要とされ、メディアにも取り上げられる商品が誕生します。これからはきっと中小企業が活躍する時代がやってきます。大手では対応できないほど速いスピードで環境や状況が変わっている今こそ中小企業のすぐ決済出来てすぐ実用化できるスピードを駆使して完成してから世に出すのではなく、世に出してからお客様に意見をもらいながら進めるということをやって行けばきっと素晴らしい企業だと評価されると思います。それが出来るチャンスが実は今、あるのです。考え方を変えればピンチがチャンスになるのです。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。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

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。

お問い合わせはお氣軽に。 ☎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 1934
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