

業績の上がるチラシセミナーより

6月にえらそうに「業績の上がるチラシセミナー」なるものを開催しました。内容は(有)楽まうくの森本社長から販促に関する話をしてもらい、次にお互い持ち寄った自店のチラシやポップ、ハガキを見せてお互いで評論しあいました。そこから出てきたことをお伝えします。

1、販促(伝えるということ)は大手企業と中小零細ではやり方がちがう、情報提供大切！

	(商品)	(地域)	(客層)
大手企業	何でも(多品種)	広く	だれでもOK
中小・零細	絞る(面倒なもの)	狭く	絞る(この人に喜んでもらう)

・基本的に大手は広く、多くの人に商品を提供するのに莫大な広告費でカッコいいイメージチラシ(写真やイラスト多様)やメディアで反響をとろうとしますが、中小は認知されてないことが多いので、まず自己紹介をする必要があります。自社の特徴、こだわり、他社との違い、メリットなどを訴求して存在を認知してもらい、お客さんの警戒心を解き、親しみをもってもらいます。

具体的には文字や文章で情報や価値(商品そのものの詳しい情報でなく、その商品やサービスを利用することによるメリット、解決される悩み、利用されたお客さんの声)を伝え、お客さんに行動し易い気持ちになってもらいます。

・自社の特徴、お客さんにとっての商品の価値をなるべく具体的にそれぞれ10項目書いてみてください。(当日やりました。これがなかなか難しい。量稽古必要)お客さんが何気なくしゃべったことも特徴、強みになります。(例えば、〇〇さんが〇〇してくれちゃったけ頼みやすかった。〇〇があるけえ来やすいんよ。など..)それら10項目(お客さんから見ての価値)がチラシやPOP店頭から見てすぐに感じられるでしょうか。それらが伝わるよう文字や文章(情報)にすると効果的です。(基本、情報8割、売り込み2割)

どんな業種でも新規のお客さんは、皆さんの店、会社に警戒心を持っています。興味はあっても「ここ大丈夫かな」「問い合わせると押し売りされんかな」と警戒しているものです。その「警戒心」を解くのが「情報」です。情報が多ければ多いほど人は安心感をもつのです。なるべく多くの情報を提供し、安心感と親しみをもってもらいましょう。

まだまだありますが今回はここまでとします。(写真を撮るのを忘れてしまいました)ミリオンプラスは原則どおり売り込みをほとんどしていません。まだ数回しか出してないので親近感をもっていただくことを優先しています。(内容も薄く、続けること第一)

次回は「万人受けチラシでなくターゲットを絞ろう」etcでお送りします。ここまで読んでいただきありがとうございました。

(有)明文社 734-0012 広島市南区元宇品町26-45

T EL082-255-3443 FAX082-255-3785

URL <http://www.meibunsha-jp.com> E-mail kakee@meibunsha-jp.com