

ウェブの大切なお客様へお届けする“情報レター”

福来(笑)売

平成 18 年 5 月発行
創刊号



アイディア、情報、
ノウハウを入ると
一つ一つ楽しいテーマ
がこぼれ落ちてくる
“コロンブスのたまごを
探して・・・”

コロコロ・・・

今月のワクワク笑点

ウェブボス、鎌野のこりゃエエで～！
主婦の井戸端会議室
ウェブ担当の安西です！はじめまして！
マーケティングの話～その1
クライアントさんの声
プレゼントコーナー 編集後記



血流の悪い人ほど青むらさき色に変色します。

当然、私の背中も青むらさき色に変色です。(苦笑)

ウェブボス、鎌野のこりゃエエで～！ 断食道場へ行ってきました！



仕事も大事
だけど、健康
も大事やけ
んね！

4月中旬、出張続きの、フラフラの状態、
千葉の断食道場へ行ってきました。

クライアントのオ
ーナーと一緒に
5日間の断食プ
ログラムの開始
です。



早速、酵素風呂に入って汗を流し、(本当に
15分間も入っていると汗が体中から噴きだ
し、お肌はツルツルになります。)

風呂から出たら吸い玉をし、血管にたまって
いる汚れを取っていく作業をします。



キモ～い



その後、断食についての講義が続き、ここでい
ると洗脳されていきます。(いい意味でね)

講義が終わるとまた酵素風呂と吸い玉の繰り返し
で一日終了します。

翌朝体重を量ってみると 1.5kg も減少しておりまし
た。最後まで、酵素ジュースと梅ぼし1個(一日)で
がんばります。内臓の休息は大事ですよ～。



さてこの後、どうなってしまうのか～次号に続く

主婦の井戸端会議(マーケティング)

「またまた、お取り寄せグルメブーム」がやってきた！」

美味しいマーケティングにより一層燃えるウェブスタッフに、またまた「お取り寄せグルメ」ブームがやってきました。(食うのも仕事じゃい！)

月曜日には、焼き上がりがバリッパリで歯ごたえと中の"あん"のジューシーさが両方味わえる社長オススメ「ぎょうざの丸岡」の生ギョーザが届きました。

さすがに会社で試食はできないので、各自自宅に持って帰りました。

そして翌日は、各々に「あのバリバリ感が癖になる」「"あん"の味が濃過ぎずいくらでも食べられる」「絶対失敗しないレシピが親切」「賞味期限が短い」が防腐剤が入ってないから安心」と大好評。主婦の視点では、味だけではなく店のこだわりや対応なども重要ポイントです。そして今回、さらに、岡山の農業公園「ドイツの森」からソーセージが届きました。



性別ソドじゃ
G P O O D と森
O O D と森
D と森
相

これは私自身が現地で食べて気に入って、久々ヒットの「ツمام」だったのでスタッフで購入者を募りました。(これはネット販売・代理店販売を一切行っていないため、電話注文です、今どきスゴイ！) チーズソーセージと骨付きは絶品。お酒のお供の「手作りサラミ」もかなりイケます。

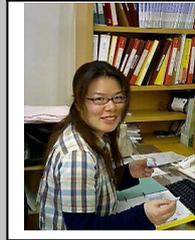


切ると、こういう感じですよ。
注意) ペットフードではありません(笑)

購入者が少なかったので「即席 試食コーナー」を作っちゃいました。(ドイツの森の廻しモノかいな...)

反応は上々、明日はまたいろんな意見が出るでしょうね。趣味と実用をかねた主婦マーケティング。皆さんからの「お取り寄せグルメ情報」もお待ちしてます〜(^^)

ウェブ担当の安西です。



はじめまして！
WEB 担当の安西です。
(オチャラケ担当ともいいます)

社長に最近言われたテーマのホームページは害鳥の駆除に関わっている会社についてです。いつも社長に言われる成功するビジネスの3要素

緊急性があるか?・・・どんな好きなことを差し置いても、行動(注文)したくなる動機付けが必要です。“チャンスは今しかない!”という緊急性です。

欲望系があるか?・・・人間は、本音・建て前より、口にしない裏の欲求(心の欲求)で行動します。このテーマを語るとさらに一冊の本が作れるくらい奥が深いテーマです。ちなみに人間の3大欲求は「物欲・食欲・性欲」です。全て本能が絡んでいます。

ものすごい趣味性があるか?・・・要は各商品のオタク向けへの情報発信が大事。絞り込んだターゲットに対して攻めるのが、マーケティングの基本です!

これの中で言うところの緊急性があるビジネスですね。それも指示は、「モスラのような鳥を作れ」です。。。 (笑)



「ビューーって飛んできて、ベランダを滅茶苦茶にするようなイメージや!以上!!!」ですって。

いつも何処からともなくお客さんを探してきては、勝手にテーマを決めてシナリオを作っていくお客さんには、「まかしておけ」の一言でギリギリまで言わないプチ映画を作るプロデューサーのようなものです。

さながら私は AD で、プロデューサーの指差す方向を見てそこまでにいく過程を計画し形にしていくというのが役目ですね。今後も、「たのしい」をベースにオチャラケ系を真面目に突き進んで仕事をしていますので宜しくお願いいたします。

マーケティングの話～その1 ～ 売上げUPの秘訣～



あなたは売上が上がらないのを“運が悪いから・商品が悪いから”とあきらめかけていませんか？
売れる仕組み・喜ばれる商品・業績を伸ばす人材について、もう一度確認してみてください。きっと足りないものが確認できるはずです。

Q モノを売るには、何を考えなければいけないのでしょうか？

A まず・・・どこで（場所）、誰に（販売対象）、どのようにして（販売方法）を考えてみることです。

商品を守る時は、まず販売対象を絞らしましょう。誰にでも売れる商品というのは存在しません。万人向けは売れない要因。

性別・年齢・嗜好などで分けていき、それに合わせて販売場所と方法をよく検討してください。

Q 販売の場として、インターネットは有用ですか？

A 営業形態や商品にもよります。コンビニで売っているようなものをインターネットで売ろうとしても儲からないのはわかりますよね？すぐ手に入るものをわざわざ時間の掛かる通販で買う、なんてことは、普通はありえない話です。

そこでしか入手できない物、なかなか手に入らない物、買いに行くのが面倒な物、等、インターネットで買うメリットがないと、直接実店舗に足を運ぶ人の方がまだまだ多いと思います。

しかし希少でインターネットで買う方がメリットのある商品であったり、商品説明のページが主であるなら有用です。

インターネット上であれば世界中どこからでもその商品を知る機会があり、買うことが出来るからです。

また、時間を気にすることなく、多額の広告費が要らないという利点があります。

しかし統計を取れば必ず、最も購買力の高い消費者層があります。

それを見極めなければ、一番効果的な宣伝方法が決まりません。全ての消費者層に有効なデザインは無いのです。

Q 販売対象をどうやって絞ればいいのか？

A 商品の使用目的を考えてください。実用品、消耗品、玩具、特殊器具・・・老若男女を問わず必要なものは限られています。子供・青年・中年・老年、男女、既婚・未婚、出身（地・国）、職種、アウトドア派、インドア派・・・分けようと思えばいくらでも分けることが出来ます。



Q どのように売ればよいのでしょうか？

A 各消費者層の好みを知りましょう。同じような境遇のグループでは、好みのデザイン・趣味・嗜好がある程度似てきます。広告を出すにしても、ホームページを作るにしても、販売対象の間隔からズレたものを作れば意味の無いものになるからです。

Q 顧客を作るにはどうすればよいのでしょうか？

A お客様がリピーター（顧客）になるには、商品の良さと従業員のサービスの質によります。どちらかに不満があれば、次から利用される可能性は低くなります。

商品の良さは当然のことですが、従業員の質にも十分注意を払ってください。

商品がどこにでもあるものでも、従業員の魅力で顧客になることも少なくありません。

お客様の満足度を上げることが顧客を作る秘訣です。

さらに・・・次号（その2）へ続く

クライアントさんの声～ありがとうございます。感謝！感謝！感謝！

互いに相談しあっていく過程で、これからを見据えた考え方が出来てきました。他業界にいる人だからこそ、業界の現状を客観的に分析でき、既成概念にとらわれないアドバイスをしてもらえ、視野が広がりました。今後も長いお付き合いで、刺激しあえたらと思っております。

株式会社丸新塗装 黒川社長様



客観的にまたストレートに答えが出てくるので私としては「はっ」と気づく部分が多くあるのです。社長業はともすると御山の大将になりがちですが、長くお付き合いさせていただいている中で業界の通念を変えるポイントを多く知ることができ、発見もありました。

株式会社丸嘉の小畑社長様



当社とお客様との接点を考える上で良きアドバイザーができたと思っております。私たちが最前線でお客様と向き合っているときに、もう少し離れたところから向かってくる、もしくはウロウロしているお客様を上手に誘導してくれている感じがします。

株式会社佐伯商会の佐伯社長様



ご意見ご感想(別紙用紙にて)をお聞かせ下さい。お送り頂いた方の中から抽選で5名様にプレゼント!

今月のプレゼント

20万札束扇子 2名様
札束扇子携帯ストラップ 3名様



これであなたも億万長者気分を満喫できます。

この扇子を持つと本当に儲かり出すんですよ～。なぜかって？
扇子を持ってバタバタしながら話していると、『何それ?』と話のネタが出来て、打ち合わせがスムーズに進んで、沈滞していたムードがパーっと明るくなって、商談成立するからなんですー。商談成立するネタ欲しくありませんか。

ウェーブからのお知らせ:

ただいま、ホームページ制作については、ものすごく立て込んでおります。いいものを作って、やる以上は、相手に儲けてもらいたいのが信条です。人数も限られた中でやっておりますので、今申し込まれても少しお待ちしていただくこととなります。どうしても早くしてくれーと言う方は、割増料金になります。それでも月1つ入れるかどうかですのでご了承下さい。(エルメス方式)やみくもに規模の拡大を追わない。

編集後記:

当社スタッフの秋山さんが新築を完成させました。なかなか素晴らしい間取りです。プロが見ても惚れ惚れする作品です。その中で、当社クライアントの“丸嘉さん”のご協力を得ました。

無垢フローリングです。フローリングは人と言えば、皮膚と同じようなものだから、少し高価でもいいものを入れておこうと勧めたところ、納得した様子で入れてもらいました。これが完成した時、いいんですよ～。寒い日でしたが、暖かいです。まあ、詳しくは丸嘉社長の専門ですので聞いてみて下さい。

TEL: 075-622-1408 で～す。

発行所: 株式会社 ウェーブ
発行人: 鎌野達哉
〒674-0051 兵庫県明石市
大久保町大窪 286-1-1F
TEL: 078-937-1210
FAX: 078-937-0478