

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

わっはっは〜
みくらいしゅうばい

平成 18 年 7 月 発行



コロンブスのたまごを探して！
(ヒット商品は、案外身近にある！気づいていないだけ〜)
100 円玉の代わりにアイデア、情報、ノウハウを入れると一つ一つ楽しいテーマがこぼれ落ちてくる

コロコロ・・・

今月のワクワク笑点

- ★エクスペリンス体験 (自分のおもしろ体験) がビジネスに直結している
- ★ウェブマーケティングその2 POP とは？
- ★クライアントさんの声
- ★プレゼントコーナー
- ★編集後記

当然昼も2時間ぐらい昼寝をしているのですが、2日間ずーっとです。これは解毒症状が出ているからだそうです。夜なかなか寝られないのは、食べ過ぎが原因のようです。

今日で3日目ですが、まだ眠いです。文章を書いていると、手が震えています。体は今3kg減少です。5日で5kg減少目標にしておりますから、あともう少しです。

ウェブボス、鎌野のこりやエエで〜！ 断食道場へ行ってきました！ 完結編



仕事も大事
だけど、健康
が一番やけんねー

「断食道場講義」北島先生の講義は、毎日あります。朝から風呂に入って、9時頃から昼前まで”食についてと体について”の講義です。

年を取ると代謝能力の低下と消化能力の減少によって、体の中に食べたものがどんどん残っていきみたいです。これが毒になって病気になっていく。

年を取るとともに、消化能力は落ちるので、日本人に合った消化のいいものを取り、食事の量を減らしていくことが長生きするコツ

断食道場に来て、まずどのようなことが起こっているか？眠くて、眠くて仕方なくなります。夕方6時ごろ～朝の7時まで全然起きられません。



「断食道場卒業」"虎の穴"を今日卒業して、下山することになりました。

5日間で4.2kg減少し、ウエストもかなり細くなり、夏の服を着るのも楽しみです。5日間あまり苦もなく楽しい日々を過ごすことが出来て良かったです。一年に一度は、一週間フル稼働している胃や腸を休めることは大事だと思います。体の車検かなー

この断食道場(はぎのさど)は本当にお勧めですよ〜。また、色んな人に出会えるのも楽しみの1つです。また来年も時間があれば来ようと思います。



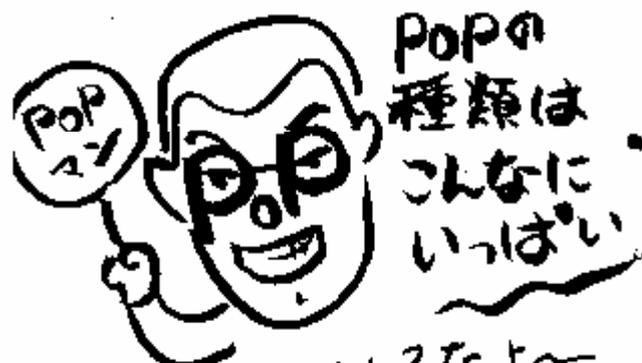
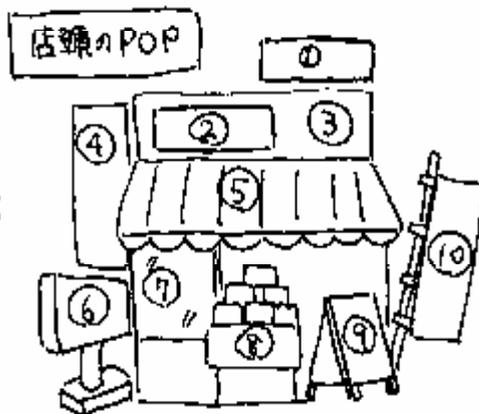
最後に一言 『食事を減らして、運動を増やす』健康で美しく長生きする方法は、ただこれだけなんです〜。

金儲けも『お金を使うのを減らして、収入を増やす』節約して、自分の本業に徹して、変化に対応しながら、コツコツゆっくりやっていくことだと、この合宿中に色々気づかせてもらいました。北島先生、成田さん、息子さんのこうじ君、ありがとうございました。おしまい・・・

★ウェブマーケティング (保存版)

・POPとは？...

「POINT OF PURCHASE」の略
直訳すると 買い物をする場所での広告
ということです。



POPの
種類は
こんなに
いっぱい

POPをなめるなよ〜
← POPの役割とは.....

- ① 屋上看板
- ② 壁面
- ③ 店舗外装
- ④ 突出し看板
- ⑤ サインテント
- ⑥ 置き看板
- ⑦ ショーウインド
- ⑧ 店頭陳列
- ⑨ 立て看板
- ⑩ 旗 (バナー)

← 実はもともと
あるやつで〜
それは.....
次回公開
するで〜

小売店で商品や棚に付けられているPOPをみると、「商品名・値段」(スペック)しか書かれていないものがほとんどです。飲食店のPOPも「料理名・値段」しか書かれていません。メニューも同様です。しかし、お客さんが本当に欲しいのは、その商品やサービスに対する「情報」なのです。

例えば・

- 「この料理の特徴は？」
- 「この料理は少し高いけど、どこが違うの？」
- 「この料理にはどんなこだわりがあるのか？」
- 「このサービスは自分にとって、どんなメリットがあるのか？」 などなど...

これらが伝わって
いますか??

伝えるべきことはたくさんあります。(お客さんは知りたがっていますよ！)

事実この辺を改善して、売上げが10%~30%上がった実例はたくさんあります。

← ステップ!!

ではこれらの情報が得られないと、どうなるのか??

「どうせ同じ料理・同じサービスなら安い店にしよう、近所で済ませよう!」となります。

お客さんに情報価値が伝わらないと、価格だけが唯一の判断材料になってしまい、最後は値段で判断されます。

だから、POPの役割は「お客さんに商品・サービスがどう役立つか?」という情報を発信することです。

要は、店員が特に説明しなくても、お客さんに有益情報を発信し、お客さんの購入動機づける、そういう意味では「POP」はとても重要です。

売れるPOPをお店に導入したい方は、無料相談を受け付けております。今すぐ当社まで..

貴店がカンタンに10% 売上げを上げる方法

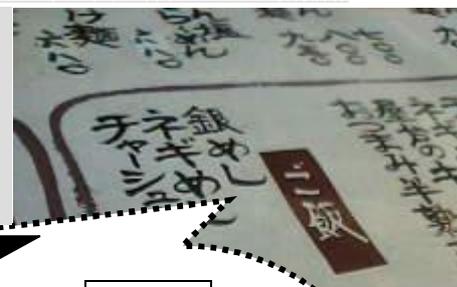
飲食店でのメニューの役割って何だと思いませんか？

「うちのお店のおすすめはコレなんです」

「コレが、大将の自慢の一品なんです」

「うちの〇〇〇は、どこにも負けませんよ」

「他の店では出せないようなこだわりがあるんです」



飲食店メニューの重要性【メニュー編】

★みちのくのマーケッター「ミスターX」と話している...

鎌野・次々と飲食店ができていくけど、本当に儲かっているのだろうかねえ？

ミスターX・ほとんど儲かっていないでしょ、というわけで、今回はお金をかけずにお店の売上げを10%上げる究極の方法です。

店主は、お店の気持ちをお客様ひとりひとりに説明したいけど、サービスに忙しくて、なかなか説明している余裕は作れないですよ。

そんな気持ちを、まとめてお客様に分かりやすく伝えるモノの一つが、メニューではないでしょうか？

そのメニューを見て、「コレが店主のおすすめなんだな」「ここに、こだわってるんだな...」と店の熱意、情熱が分かると、お客様も注文しやすいですよ。

最終的には、メニューブックは飲食店の顔となるのです。

本来メニューブックは、売上げに直結するツールになるべきなのですが、店主各々によって認識に大きな差があります。

例えばメニューブックといえば...
手書きで制作したメニューブック、ワープロやパソコンを使って制作したメニューブック、メニュー製作代行業者に依頼したメニューブックなど...様々です。

メニューブックは、お客様に提供できる料理を、ただ羅列するだけの価格表ではありません。その中には、

例えば、初めて来店したお客様が、メニューブックを見て何をオーダーするか？

他店と差別化できない料理ばかりをオーダーしてしまう結果では、良いメニューブックとは言えません。その時オーダーしたものによって、リピーターになって貰えるのか、貰えないかが決まってしまうからです。あなたのお店でもっとも自信があり、評判の良い料理は何ですか？

その料理は、メニューブックにどのような形式で載せてあるのでしょうか？

ひっそりと他の料理と同じように載っているようであれば、考え直す必要があります。

今日、オーダーしなかった料理を、「次に来た時にオーダーしてみよう」と思っていたことが出来る、メニューブック作りが必要になってきます。

そのために弊社では、「メニュー作成のポイント」無料相談会を実施しております。

「飲食店様の気持ち」をお客様に上手に伝えられるようなメニューの作り方を提案し、作成代行も致します。まずは貴店のメニューをFAXしてみてください。

次もためになる事考っていますので、見かきや損です。

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！



ペンション KENHOUSE
オーナー 新田健二様

私は数年前までパソコンを触ったことが無く、インターネットの意味もわかりませんでした。なのに今では周りのペンションオーナーからうらやましがられる、お客様との交流にも宣伝にも役立つホームページを持っています。これってスゴイことですよね？

ペンション経営は人と人の繋がりが大事。電話や手紙のやりとりが重要だと思っていました。今でももちろんそう考えています。

しかしある日ウェブさんから、【これからは調べものをする時はインターネットを使う人が増えてきます。電話帳の利用は減ってくるでしょうし、雑誌などへの広告掲載にはコストがかさみますよ】という話を聞きました。

当時はホームページについてよくわからない状態でしたが、お客さんがたくさん来てくれるなら・・・と制作をお任せしました。ウェブさんには、パソコンの購入から接続・使い方まで面倒を見てもらい、やっとホームページの楽しさや便利さを理解・活用できるようになりました。

ウェブさんには本当に感謝しています。まだまだ分からないことがいっぱいあるとは思いますが、これからもよろしくお願ひしますね。

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3名様にプレゼント

・今月のプレゼント

札束扇子の扇子原本（扇子面）



事務所のついに貼りたいたい

この印刷は意匠・製造特許申請済みです。

- ① 製造元が日銀、警察に何度も足を運び、やっと商品化できたという、逸品。
- ② 特殊な和紙に印刷し、本物と見間違えてしまうほどリアルに仕上がっています。
- ③ 「東久邇記念会」（発明や役立つ提案をしている人を称える会）の採用実績有り

これからももらってハッピーになれるグッズを探しますのでよろしくお願ひします。

ウェブからのお知らせ： 感想を聞かせてもらって、大変参考になりました。これが私たちの財産になります。一例としては「ニュースレターはカラーにした方がいい！普段ジーパン姿なのに、背広姿は似合わないよ～クライアントさんの声は生原稿がいいよ～原稿用のハガキを作って～」などなど・・・そこでもっとお声を頂きたいので、ニュースレターを色んな人に見せていただけませんか？お願ひします！家族か近所の人、同僚とか～近くにいる人でいいんです～これこそ、ニュースレターを広げよう～友達の手！←どこかで聞いたフレーズ・・・

編集後記：

まだまだニュースレターも始まったばかりですので、作っていて自分でもマーケティングの勉強の復習になります。続けることに意義があると思いますし、無理せずポチポチやっつけようと思います。もしあなたがニュースレターを発行する際は、こう思ってください。「ニュースレター配布＝種に水を与えること」だと。種に水を与えると、芽が出て、やがて花が咲きます。ニュースレター配布は、水を与える行為といっしょなのです。やがて花が咲く＝お客さんが行動する＝売上げが一気にUPする～という成長カーブを描くことができます。この期間、三ヶ月～半年要します。ある時期一気にドカンと来ますが、辛抱期間は必要ですよ。

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