

福来(笑)売

わっはっは〜
ふくらいしょうばい

平成 18 年 11 月発行
第6号



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

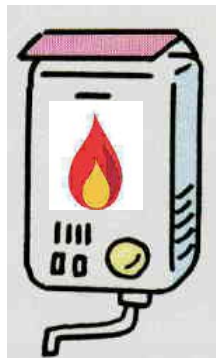
- ★無事セミナーが終わりました。
- ★基本からもう一度学びましょう！
- ★ウェブマーケティング
- ★クライアントさんの声
- ★お知らせ ★編集後記

無事セミナーが終わりました。

日本の社員数 100 人未満の会社が成長しないのは、社長の戦略が出来ていないからだと言われています！戦略イコール社長の勉強不足ということです。

では、勉強ってどうすればいいの??
本を読む、セミナーに行く、成功している人の話を聞く、方法はいろいろあります。

でも実際にセミナーに行ってみるとセミナー講師の上手な話を聞いて、「あー、おもしろかった〜」で終わります。一週間ぐらいは「やるぞー」と気合が入っているのですが、すぐに日常の雑用に追われて終わり・・・というパターンではないでしょうか？



セミナーを受けて、刺激され、突発的に「やるぞー」と熱くなる様は、まさに、瞬間湯沸かし器！！

そこから脱却するには、自分の会社の規模と業種に合った勉強をすること。それは、自分に合った先生や本を探すことだと思います。これがなかなか難しいのですが、いろいろ経験することで必ず見つかると思います。



人は、忘れる動物です。誰もが日常生活に振り回されて、大事なことも日に日に忘れていきます。(忘却曲線といいます)これは、仕方ないことです。だから商売をする場合は、忘れられないための活動が必要となるのです。(このようなニュースレターを発行するなど・・・)

経営者は一生、勉強が必要です。はじめはおっくうかもしれませんが、忘れても何回も何回も繰り返し勉強することで分かってくるがあります。やはり継続は力なり・・・なのです。



↑「和室セミナー」は、好評でした。一方、「喫茶店セミナー」→は問題点ありでした。(笑)



今回セミナーをやってみて「具体的でためになった」との話をよく聞きました。仙台からサクセスプランの中井さんと呼んだかいました。最初、中井さんが心臓を押さえていたので、ビックリしました。一瞬、心筋梗塞かと・・・
今回のセミナーをきっかけに、一緒に繰り返しの勉強を始めましょう。
大人になっての、公文のドリルをするように、経営の勉強を・・・。

経営者は勉強が必要といたしました！ 今回を機に、基本からもう一度学びましょう！

まずは、「集客商品」を作ろう！

お客を集める為の集客商品とは、売上数量が多い商品・サービスのことです。一般に集客商品（フロントエンド商品）と呼ばれ、お客様があなたのお店・会社と初回取引するものとなります。

この集客商品（フロントエンド商品）をアピールしてどんどん販売することで、主力商品（バックエンド）商品へつなげると利益率の高い商売ができます。

集客商品（フロントエンド商品）の一例としてポピュラーなのが、着物を販売する前に無料もしくは安価で提供する「帯や小物」です。着物販売では、まずそれらを提供してから最後に着物を売るというビジネス戦略です。

初めから着物を売ろうとしても高額商品なのでなかなか売れない。しかし安い帯や小物を売ってから着物を売ると売れる率も高まる。

今集客商品がない方は今すぐ集客商品を作ることをお勧めします。

* 集客商品（フロントエンド商品）になる基準例：

- ① なんといっても低料金。（個人 1,000 円～2000 円、法人 5,000 円）
- ② 消耗品であること。（リピート注文がもらえるもの）
- ③ 流行に左右されない定番的商品。
- ④ お試しサンプル（無料、もしくは 1,000 円以下）
- ⑤ 低料金のセミナーや講習会、講座など（それを録音して通信販売）

とくに前述の着物みたいな高額商品を扱う店ほど、集客商品（フロントエンド商品）が重要で、集客商品（フロントエンド商品）から主力商品（バックエンド商品）に繋がる流れをスムーズにしておけば面白いくらい売れます。

あなたの集客（フロントエンド商品）は何ですか？書き出しましょう！

* 集客商品（フロントエンド商品）の例：

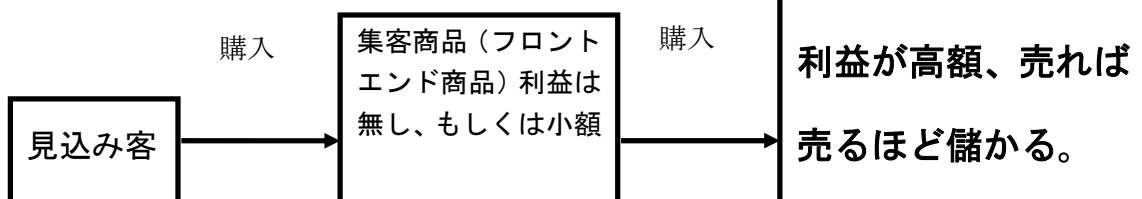
- スーパーの日替わりサービス品。（タマゴやトイレットペーパー等）
- 通信販売のお試し商品、無料サンプル。
- 塾、家庭教師の体験入学、無料体験。
- 高級料理店の日替わり限定人数用のランチ。

理解度を高める為に、あくまでもポピュラーな一般的な例を挙げました。

さあ、書き出しましょう ↓

結論！ 集客商品（フロントエンド商品）から主力商品（バックエンド商品）に繋げる、二段階式の販売方法を試みよう！

最初に何を販売し、次に何を販売するか、予め設計図を作っておくことが大事。



集客、フロント商品のお悩み 119番 ⇒ <http://www.plandoweb.jp/>

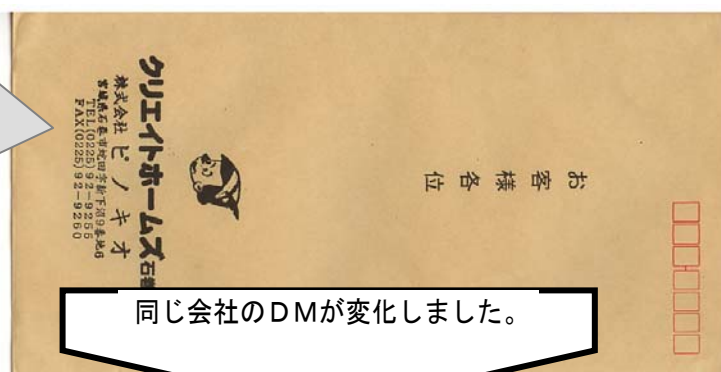
今月のウェブマーケティング

開封されてなんぼの世界！思わず開封したくなるDM封筒作り！

DMにも色々あります。顧客に送るDM、不特定多数に送る（配る）DM。顧客ならまだしも、不特定多数に送る（配る）DMの場合、開封させる工夫が必須です。多くの企業は思いっきり勘違いしています。開封率を過信しています。チラシが千三つ（千枚のうち、三枚という意味）であるように、不特定多数に配るDM〔ポスティングを含む〕は、100通のうち10通が開封されれば御の字です。だからこそ、開封される工夫が必要なのです。

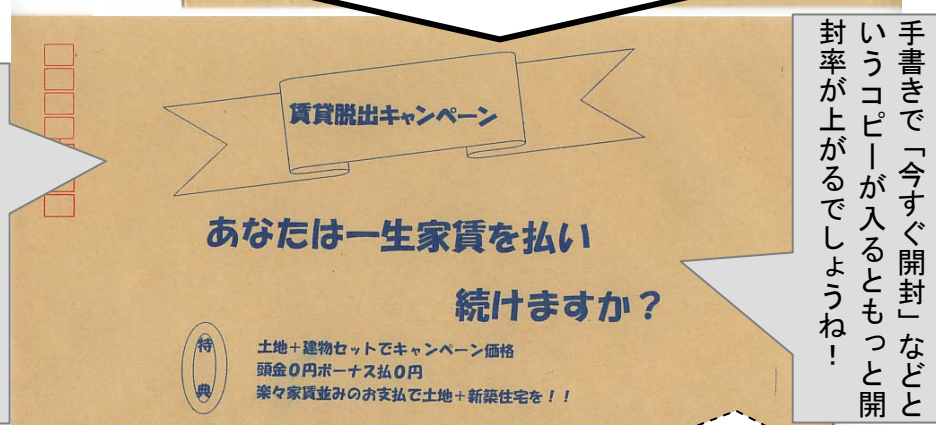
まずは、ダメな例を挙げます。以下は、実際にマンションにポスティングされているDMです。（不特定多数へのバラ撒き式です）

⇒「お客様各位」ではありきたり過ぎてゴミ箱へ直行です。そもそも取引が無い私はお客ではありません。せめて「〇〇地区へお住まいの方へ」と限定して欲しいですね。絞りこみの必要性はみなさんご存知のことと思いますが・・



同じ会社のDMが変化しました。

この会社、マーケティングを学んだのでしょうか？いきなり路線が変わりました。キャッチコピーが入っています。上記からすれば、格段の進歩といえます。特典も書いてあり、つぼを理解しています。



手書きで「今すぐ開封」などというコピーが入るともっと開封率が上がるでしょうね！

単なる記念写真ではありません
これは列記としたA4サイズを送る封筒



このDMを見た方の実際の感想！⇒私はポストを開けて見た瞬間「ドキッ」としました。

解説：「賃貸脱出キャンペーン」「あなたは一生家賃を払い続けますか？」～苦悩から逃れるために必要な呼びかけをする文は、読む側に回るとほんと“ドキッ”とするものです。まさに感情を揺さぶるコピーです。こちらは確実に開封率をUPさせているでしょう。

こういった人をたくさん見せることによって、「なんだろうな～・・」と興味を惹かせる方法もあります。「〇〇を知りたくないですか？」というコピーも疑問を投げかけるパターンの定番で、効果があります。

感謝！感謝！感謝！クライアントさんの声～ありがとうございます。



株式会社 大商
鎌野 征輝 様

ホームページぐらい作ろうということで、ホームページを作ることになりました。半ば強制です。兄貴ということもあるのですが、本当に強制です。

どのようなホームページにしようかという前に、学生用のワンルームマンションに特化したサイトを作ろうということになりました。最初は、気乗りしなかったのですが出来上がってみるとサイトからの問い合わせもかかってくるし、ワンルームマンションでは、ヤフー検索で全国 7 位です。香川県では、3 位です。これは、すごいことです。

SEO 対策でウェーブさんに支えてもらっているからですが、今後もこの検索地位を利用したビジネスモデルを構築していくつもりです。

今、ビル丸ごとワンルームマンションに変えるリノベーション事業に取り掛かっているところです。ホームページを作ることで、本当に商材の絞り込みの重要性を教えてくださいました。今後もいろいろ教えてもらおうと思います。



こんなことを知りたいを聞かせてもらえませんか。



“ご意見ご感想をお聞かせ下さい” こんな文章を載せておいてもなかなか書いてくれる人は、毎回少ないのは分かります。誰でも書くことは面倒くさいですね。私も面倒くさいです。しかし、送ってもらったご意見などで、もっと皆さんが知りたいニュースレターを出して、無料で提供したいと思っています。是非ご協力下さい。

ウェーブからのお知らせ：

10 月の半ばより、新しく関本さんが入社しました。会社から歩いてこれる方、パソコンがいじれる人の条件をすべて揃っています。毎回、どこから探してくるかという、テニスクラブからのスカウトです。身近なサークルからスカウトするのは、気心が知れているのでいいですよ。なんか、ホリプロのスカウトが原宿で女の子をスカウトするようですねー。今もやっているのかなー？

編集後記：

今回の編集は、ぎりぎりです。あー、間に合わない。一瞬今回は飛ばそうかなという頭の中でぐるぐるしました。いやいや、月一回のニュースレターとばしたら、やる意味がないなと思いますとどまり、発行することにしました。本当に、毎月、毎月早いですねー。

10 月 2 日・3 日のセミナー参加のみなさんありがとうございます。今回、好評でしたので、次回も計画しております。今回以上のセミナー内容にしたいと思いますので、ぜひご参加してください。

集客のお悩み 119 番⇒ <http://www.plandoweb.jp/>

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