

21世紀の貴社のご繁栄を願って…

増販増客ニュース

増販・増客のヒントや情報を満載して皆様にお届けします

193号

編集:日本マーケティング・マネジメント研究機構(JMMO) FAX03-6447-0881

2017年01月10日創刊
2017年01月10日発行

不況無縁の増販増客、売上増！……その基本的ノウハウを、毎号お届けしております

二〇一七年一月
謹賀新年



皆様にとりまして本年が
すばらしい年になりますよう
祈念申し上げます

193号『増販増客ニュース』コンテンツ

- 本年もよろしくお願いたします…… 1/2
- 自社の認知とホームページ…… 2/2
- ホームページの役割…… 2/2
- きっかけは違うツール…… 2/2
- ホームページ閲覧に繋げるために…… 2/2

100年に一度の不況でも、工夫次第でまだまだやれる！！

全業種共通！

新しい年の始まりです！

売上増の年間計画は、お済みですか？ 経営計画には、売上増・増販増客計画も入れましょう。

本年もよろしくお願いたします

いよいよ2017年を迎えました。

昨年に引き続き、みなさまにとって素晴らしい1年となりますよう、心よりお祈り申し上げます。

私共は、マーケティングを活用し、自力で売上増を実現していく中小零細企業のみなさまを応援しております。

さらに研究・実践し、確実な成長を勝ち得ただければ幸いです。

JMMO主宰 企画塾代表 高橋憲行の連載です
『企画書の「基本」が身につく本』(学研パブリッシング)を始め、企画・マーケティングで100冊以上の著書。多数の成功事例などを下記HPにも紹介。
企画塾ホームページ<<http://www.kjnet.co.jp>>

皆様のお役に立てれば幸いです

〈 配信 〉

郡山増販情報センター

株式会社ヴィジョン・ナビゲート

代表取締役 宮本道夫

〒963-8022 福島県郡山市西ノ内2丁目10-16-301

TEL 024-954-5885 FAX 024-954-5886

ヴィジョンナビは榊本宮会計センターのグループ企業です

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
お正月 初詣 初荷 成人の日 新学期	立春 節分 豆まき バレンタインデー 卒業旅行	雛祭り ホワイトデー お彼岸 進級・進学 卒業 春休み	エイプリル Fool 就職・新学期 入園・入学 花見 ゴールデン・ウィーク	こどもの日 母の日 父の日 運動会 修学旅行	衣替え 父の日 梅雨入り ジュンブライド (結婚式・ウエズ)	中元・七夕 梅雨明け 暑中見舞い 海・山開き 花火大会	広島・長崎 終戦記念日 帰省・お盆 同窓会 夏休み・宿題	防災の日 敬老の日 秋の七草・月見 お墓まいり 台風 秋の遠足・運動会	体育の日 ハロウィン 中間テスト 紅葉狩り 秋祭り	文化の日 七五三 勤労感謝の日 西の市 文化祭 学園祭	御歳暮 忘年会 大掃除 クリスマス 大晦日 歳末助け合い

年間の増販増客カレンダーを常に念頭に置きましょう

自社の認知とホームページ

ホームページは、いまや会社の看板と言われている。どんな小さな会社でも、そればかりか、個人でもホームページを持つ時代です。

わざわざ会社を訪問しなくても、電話でコミュニケーションを取らなくても気軽に誰もが情報を得ることができるホームページは、なくてはならない存在ですね。

インターネットの急速な成長に伴い、大幅に拡大したホームページ需要ですが、自社の「認知」は、実はもっとアナログなところで効果が出ていることを知っていますか？

ホームページの役割

とあるA工務店のお話です。

突然仕事の話で電話で受けました。

全くの新規なので、なぜ自社を選んだのか、社長が思わず聞いたそうです。すると、「ホームページを見た」との返答。社長は、ホームページを作ったと大変喜んでくれました。

しかし、よく考えてください。

その新規客が、どうやって「A工務店」のホームページを見つけたのか。

ホームページの役割は、認知したものに関して確認するためのツールです。

例えば、テレビのコマーシャルでお菓子の新発売を知って、ホームページで調べる……といった流れが通常です。決してインターネットでいきなりそのお菓子認知するという事はないのです。（インターネット広告の場合は別です）

きっかけは違うツール

先ほど、いきなり電話をくれたお客様によくよく話を聞いてみると、「毎日、車で通る道路にA工務店の看板があり、必ず毎日見る看板なので気になってホームページを見たら、とても良さそうだったので」ということでした。

整理して考えると、ホームページは確かに受注に繋がる手段ではありますが、確認手段であり、実は違うところ（看板）で関心を持つきっかけがあったということです。

ホームページさえ作れば、何もしなくてもお客様が舞い込んでくるというのは大きな間違いで、ホームページを閲覧させるためのPTが大切なのです。

この工務店の場合は、看板が鍵となりました。

引越しをして間もない家族など、まだその土地に慣れていない人は、どこにどんなお店があるのかよくわかりません。そこで、看板などは非常に有効となります。

ホームページ閲覧に繋げるために

ホームページが認知したのものに対してもっと知りたいと自ら調査させるツールに対し、ホームページを閲覧させるツールにも一工夫あります。

- ・メルマガ……必ずリンクを貼る
- ・チラシ……QRコードをつけて、すぐ閲覧可能に
- ・カタログ……「〇〇で検索」など表示

ポイントは、ホームページのURLだけを掲載するのではなく、QRコード（インターネットで簡単に画像へ変換できます）や検索エンジンで検索させる文字を記載することです。

長いURLをパソコンで手打ちしてまで検索する人はそういないでしょう。

また、最近ではSNSで自社のPRしてもらうために、自社の商品サンプルを渡して記念写真をするイベントなどがあちこちで見られます。

「〇〇に行ったら△△会社のサンプルもらった！」とFacebookやツイッターにアップしてもらい、一人の人からその友達大勢に情報を拡散してもらう手法です。

皆様のお役に立てれば幸いです
 〈 配信 〉
郡山増販情報センター
株式会社ヴィジョン・ナビゲート
 代表取締役 宮本道夫
 〒963-8022 福島県郡山市西ノ内2丁目10-16-301
 TEL 024-954-5885 FAX 024-954-5886
 ヴィジョンナビは㈱本宮会計センターのグループ企業です