

増販増客ニュース

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

195号『増販増客ニュース』コンテンツ

- 時代とともに変わるツール 1/2
- 紙と脳の関係 2/2
- それぞれのメリット 2/2

100年に一度の不況でも、工夫次第でまだまだやれる！！

365日、毎日がビジネスチャンス！ “攻め方”を知って効率よく売上アップ！ CTPTマーケティングで増販増客！

全業種共通！

ついこの間までお正月の準備の話をしていましたが、あっという間に3月となりました。

3月と言えば卒業シーズン。卒業旅行や進学、就職の準備で忙しい一月となります。

加えて、ホワイトデーやひな祭りイベントも多く、家計支出が1年で3番目に多いのもこの月です。(トップは12月、次いで4月です)地域によっては、下旬からお花見も始まり、徐々に春らしくなってきますね。

この頃から本格的にゴールデンウィークの計画を立て始めるご家族も多いのではないのでしょうか。近年ではインターネットで行き先を検討するケースが増えていきます。観光地の宿泊施設や飲食店、小売店などは、ホームページの更新に力を入れるなどしてゴールデンウィークに備えましょう。

ホームページをお持ちでない場合も、ブログやFacebook等のSNSを活用すれば、十分にPR可能です。

時代とともに変わるツール

東京オリンピックまであとわずかに3年となりました。各地で工事が行われ、海外からのお客様を出迎える準備が着々と進んでいます。

駅を歩いたり、電車に乗っているとポスターや中吊り広告が激減していることに気づきます。時代はすでにスマートフォンが主流となり、広告の媒体も変わってきました。



3月は雛祭り、ホワイトデー、卒業、謝恩会、送別会、引越、お彼岸(お墓参り)……など、飲食関連の行事が盛り沢山です。3月の準備は1月から。

卒業、入学、進学、就職、引越、結婚シーズン突入など、お祝い事が花盛りの季節。飲食店の周年フェアや、季節のご案内に比べると、数倍からヒトケタ高い反応を期待できます。

4月は入学、進学、就職、異動の時期。ビジネスや自治体関係者で、上得意のお客様も異動するかもしれない時期。異動する人へ挨拶したり、新住所へ今までのご愛顧に感謝の御礼状を出す、新任の人を紹介してくれることが多々あります。

4月、お客様の入れ替わる時期。お客様をなくすだけにならないよう、積極的な対応を。

5月は、前半がゴールデンウィークを楽しんで消費し、後半は給料日まで冷える消費特性があります。ゴールデンウィークは、海外旅行に出かける人も多く、また国内旅行も行楽や帰省旅行でラッシュ状態です。

5月で忘れてはならないのは「母の日」です。カーネーションを贈って感謝の気持ちを伝える習慣からはじまった母の日は、クリスマスシーズンとともに花屋さんが最も潤う書き入れ時です。

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 	エイプリルフール 就職・新学期 入学・入学 花見 ゴールデン・ウィーク 	こどもの日 母の日 運動会 修学旅行 	衣替え 父の日 梅雨入り ジュニアブレイド (結婚式・スズ) 	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

一昔前は、人気アイドルの中吊り広告がファンにより剥がされて持ち帰られるといったニュースもよく耳にしました。

現在は、電車の中に液晶画面が設置され、絶えず動画のCMを流しています。印刷や取り付けなど、幾十にも人件費がかかり、一文字でもミスがあれば全て刷り直し、貼り直しという紙媒体の広告は次々と変化を遂げているようです。

壁や柱に掲載されていたポスターはデジタルサイネージ(電子看板)へと変化しました。テレビ同様、動画の訴求力は高く、なんとなくつい見えてしまうなんていうことはありませんか？

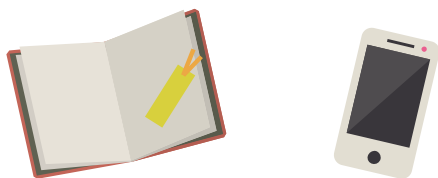
紙と脳の関係

時代と共に変わりゆく告知ツールですが、印刷媒体は決してなくなりません。

人は、パソコンやタブレット、スマートフォンなどを閲覧する際と、紙媒体を閲覧する際に使用する脳の場所が違うそうです。

パソコンやタブレットなどよりも、紙媒体から得た情報の方がより理解を深めたという実験結果が出ています。文字を書けばなおさらです。

タブレットやスマートフォンは気軽に物事を検索したり、閲覧できますが、じっくりと頭に入れたい時は紙媒体の方がいいようですね。



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

ヴィジョンナビは株式会社本宮会計センターのグループ企業です

それぞれのメリット

とはいえ、インターネットを利用した販促や販売が便利なのは否めません。

人気の展覧会を開催する美術館や博物館では、チケット購入窓口が混み合わないよう、事前にインターネットでチケットを販売しています。入り口でもぎりの係員に購入を証明するスマートフォン画面を見せれば、待ち時間なくスムーズに入場可能です。

スマートフォン一つで展覧会の販促もでき、詳細な情報を取得することもでき、さらにチケットを購入することもできる。さらに、待たずにスピーディに入場することもできるのであれば、これを利用しない手はありません。

こうした情報を気軽にお届けできるのもインターネットやスマートフォンの利点です。

しかし、その展覧会のイメージをデザインしたポスターやチラシは、集客には欠かせません。デザインにプラスして、紙の種類や加工印刷の技術を駆使し、いかに興味を持っていただくかをデザイナーは常日頃考えています。

文字だけに光沢を持たせ浮き上がらせているかのような印刷技術などは、液晶画面では感じ取ることができません。

どんなに技術が進んでも、指の感触で得る感覚や目から得られる実際の光沢感をスマートフォンでは実現できないのが現実です。

前述したようにデジタル画面よりも紙を閲覧した時の方が脳が活発に活動することから、紙媒体の需要はまだまだまだあり続け、販促物はなくなりそうありません。

手書きのチラシなど、現在では珍しい存在です。逆、目に引くでしょう。ただし、雑雑と語彙を並べるのではなく、見やすく工夫することが大切です。

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>>