

「えっ?! 本当にこんなことで"売れるチラシ"が出来ちゃうの?!」

多くの経営者が、チラシ・DM・ホームページなどの売れる広告作りに悩んでいるという。売れる広告にとって、必要不可欠なのが「お客様の声」である。「お客様の声」というのは、購入を迷っているお客様の背中を、そっと一押しする、大切な広告のパーツの1つだ。確かに今は、アンケートを行なって集めた「お客様の声」を、チラシやDM、ホームページなどに載せている会社や商店は多い。しかし、せっかくだらう「お客様の声」。ただ媒体に載せて紹介するだけで十分なのだろうか?

そこで、販促コンサルタントの岡本達彦氏が提案するアンケートの活用方法は、他にはない。ちよつとユニークなものだ。

岡本氏が提案するアンケートがユニークなのは、ただ広告媒体に載せる「声」を聞くためだけのアンケートではない。多くの経営者が悩んでいる「売れる広告」を作るためのア

ンケートなのだ。では、その「売れる広告」を作るためのアンケートというのは一体どのようなものなのか。

そこで、岡本達彦氏の著書『A4 1枚アンケートで利益を5倍にする方法』から氏の言葉を2つほど引用する。

1つは、『闇雲にお客様の声を拾い上げても、お客様の気持ちを反映する事は出来ません』。そしてもう一つ『売れる広告』と『売れない広告』の差は、お客様の気持ち(悩み・欲求・不安など)をよく理解し、チラシ・DM・ホームページに反映できているか、出来ていないかの差なのです』。

どういう事なのか、もう少し具体的に触れてみよう。アンケートで聞くのは、岡本氏の経験と実証済みの、購買行動を起こしたお客様の気持ちを、知ることが出来る質問なのである。

そのアンケートで得られたお客様の気持ち、を広告に反映させることで、お客様の気持ちに寄り添った「売れる広告」になるのである。



『A4 1枚アンケートで利益を5倍にする方法』岡本達彦著 ダイヤモンド社刊 氏の著書は他にも2冊ある。こちらもオススメだ。

だからといって、このアンケートは、「あれもこれも聞き出そう」として、たくさん質問を詰め込んだものではない。つまり、お客様に負担を強い事のないシンプルなアンケートなのが特徴なのである。

質問項目は、たったの5つ。しかも、このアンケートはA4用紙1枚収まるシンプルなもの、で、記入時間も、ほぼ10分程度。

もちろん、このアンケートは決して机上の空論ではない。なぜなら、この本では、実際にこのアンケートを使って販促に成功した事例も紹介されているからだ。

今販促に悩む経営者様には、今からすぐにでも手に取って読んで頂きたい1冊と言えよう。



平成29年9月号
vol. 15

発行者
〒553-0003
大阪市福島区福島4丁目6-2
吉川産業ビル206号室
鈴木DMライター事務所
代表 鈴木光治

メールアドレス
info@kyoukan-copy.com

編集後記

8月ももう少しで終りというのに、大阪はまだ暑いですね・・・。

毎日表を歩くだけで汗でベトベト・・・水もしたたるいいオヤジです。(クサそう・汚い!なんて言わないで下さいね・・・)

残暑厳しい中ですが、皆様はいかがお過ごしですか。

私はというと、まだまだ冷たいモノが手離せません。

そんな訳で私、井村屋”あずきバー”の最初の一口目を、前歯が折れないかと、ヒヤヒヤしながら噛んでいます。

(最近、歯が不安なもので・・・でも、コレ止められない。)

9月のちょっと変わった記念日

(私の独断で選んだ、ちょっと変わった記念日をご紹介します)

9月29日 招き猫の日

招き猫は、福を招くといわれていることから、9と29を「来る福」と読む語呂合わせで、招き猫の愛好家の団体・日本招き猫倶楽部が制定。日本ならではの縁起物として知られる招き猫は、右手を挙げていると金運を招き、左手を挙げていると客を招くなどと言われ、広く庶民に愛されてきた。

お金も来い、人も来い。両手を挙げてる私の”猫”は、欲張りなのかな?



すぐに役立つ366日記念日事典 創元社刊より
この本は、雑談や「販促キャンペーンをしたいけど、キャンペーンをする理由がない」時など、ネタに困っている時に活用できますよ。

提供を終了したサービスの
お知らせにつき削除しました。