

## RECOMMENDED ! 今月のおすすめ

『こんな仕事もしています。』

### ■地鎮祭の準備も行います。

最近、餅投げは少なくなってきましたが、地鎮祭は、まだまだ行われています。当社も年に数回、地鎮祭の準備の依頼があります。そうした際は、協力会社のイベント・レンタル屋さんと打合せをして、テント、紅白幕、青白幕、机、いす等を準備します。雨が心配な時は、足元が汚れないように、ベニヤ養生の上に人工芝を敷いたりもします。地鎮祭だけでなく、見学会やイベントでのテント設営も得意ですので、必要な際はお気軽にご相談ください。（文章／大見）



## 書籍のご紹介 book review

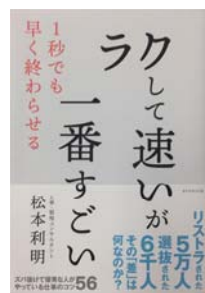
### 「ラクして速いが一番すごい」

題名に引かれて、衝動買いをした書籍です。

私は、そもそも怠け者なので、何とか楽をして仕事を終わらせようとする癖があります。それがために、かれこれ20年前は、いろいろなソフトの使い方を覚えました。イラストレーター、フォトショップ、一太郎、ワード、エクセル、アクセス、アクトパット……。一番、作業が楽なソフトを組合せて、企画書等も作っていました。今は、各ソフトの性能が上がったので、こんなに使いませんが……。

この本にもソフトの効率的な使い方が紹介されていますが、それよりも私が参考になったのは、仕事の優先順位のつけ方です。「相手がいる仕事から着手する」は、特に参考になりました。普段から意識せずにそうして来たつもりですが、意識して「相手がいる仕事」を最優先にすると、みるみると仕事が終わっていきます。

すぐに実践できるヒントがたくさんあります。参考にしてください。（文章／大見）



## ノベルティのご紹介 novelty

### ■ハーゲンダッツ ミニカップギフト券

全国のコンビニスーパーマーケット等でお好きなミニカップ2つと交換ができる、ハーゲンダッツのギフト券です。有効期限がないため使い勝手

がよく、券面に金額表示がないためスマートな印象になります。（文章／中林）



## 話題 topic

### ■天空の楽園 日本一の星空ツアー

私が知ってから今年で3回目の星空ナイトツアーに参加してきました。春・夏・秋シーズンとありますが、今回初めての春シーズンです。ご存知の方もいるのではないのでしょうか？場所は、長野県阿智村にあるスキー場「ヘブンスそのはら」の山頂です。まずはゴンドラに乗り山頂まで行き、所定のところにレジャーシートを広げ場所取りをして開始を待ちます。時間になるとカウントダウンとともに一斉に照明が消えて、周りは真っ暗に！皆さんレジャーシートに寝転んで星空を見えています。ここから約30分間、ガイドの方の説明付きで星空を鑑賞します。この日はあいにくの曇空で星は見れませんでした……天然のミストに遭遇！別の意味で感動しました。雲がなければ肉眼で天の川が見れるくらい満天の星空を眺めることができます。本当に感動しますので、みなさんも是非、日本一の星空ツアーに出掛けてみてはいかがでしょうか？夏シーズンは大変混雑いたします。現地にはお早目の到着をおすすめします！防寒具(山頂は夏でも15〜20℃と寒いので)・レジャーシートは必須です！お忘れなく!!（文章／杉浦）



住宅・不動産業界のイベント、広告、パンフレット制作はアッシュデザインにおまかせください。

### 総合広告企画・制作および代理業務

- 会社案内
- テレビCM
- 各種模型
- 商品パンフレット
- ラジオCM
- ノベルティ
- 折込チラシ
- DVD等各種映像
- 各種イベント
- ポスター
- ホームページ
- DM
- インターネット広告

### 担当：

#### 株式会社 アッシュデザイン

〒446-0066 愛知県安城市池浦町池西65 クサカ池浦ビル1F

TEL 0566-73-6399 FAX 0566-72-5451

<http://www.assh.co.jp/>



ASSH DESIGN

住宅・不動産の広告&販売促進

# ASSH News Letter

アッシュ

ニュースレター

July, 2018

Advertisement & Sales Promotion



## 今月の集客アイデア

monthly report

## エリア限定可能なネット広告

## 「どこどこad」で集客!!!

「ホームページのアクセス数が年々減少していく」って言う話を最近、耳にします。よくよく考えてみれば、当たり前です。なぜなら、年々、ライバルとなるホームページは増えていってまです。で、何もしなければ、自然とアクセス数は減っていきます。グーグルやヤフーの検索に引っかかるように検索エンジン対策をしても、次から次にライバル社が現れるので、追いつかないのが現状でしょう。また、検索連動型広告も中小・中堅企業にとって、費用も安く、無駄が無く、導入しやすい広告でしたが、今はクリック単価が高騰してしまい、それなりの予算を割かないと効果が上がらなくなっています。そこで、「どこどこad」です。「市区町村」単位で配信エリアを指定できるインプレッション広告です。「名古屋市緑区」だけとか「安城市」だけとか、エリアを絞って配信出来るので、低価格で効果が実感できます。およそ1ヶ月間50,000円（媒体費のみ※）の予算で500,000回表示されます。クリック率が0.2%位はあるので、1ヶ月間で1,000クリックは増えます。検索連動型広告と比較しても、安いと思います。ネット広告ならどこどこadがお奨めです。

※パナー広告費、管理費は別途となります。



### ■「A4」1枚アンケートで売れる広告を作る?!

カッコイイ広告やお洒落な広告が効果があると思いませんか？大切なことは、「お客様の目線」で広告を作ることです。

### ■『こんな仕事もしています。』…地鎮祭の準備も行います。

### ■書籍のご紹介…「ラクして速いが一番すごい」

### ■ノベルティのご紹介…ハーゲンダッツ ミニカップギフト券

### ■話題…天空の楽園 日本一の星空ツアー

## 今月のお知らせ

## INDEX

reported by ASSH DESIGN

住宅・不動産の広告&販売促進

ASSH DESIGN

カッコイイ広告やお洒落な広告が効果があると思いませんか？ **大切なことは、「お客様の目線」で広告を作ることです。**

広告の打合せをしていると、何度と無く、「当社は、これもあれも出来る」とか「当社の特長は、〇〇にある」という話を聞きます。でも、その内容はライバルの他社も普通に行っている事が多く、差別化になっていない事があります。どこの会社で購入するか選択する権利はお客様にあります。他社にない差別化ポイントを打出さないとなかなか、集客に結びつきません。そこで、自社の特長を整理し、差別化ポイントを組み立てる為の手段が「A4」1枚アンケートです。

### ●アンケート用紙

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>あなたのお声をお聞かせください</b><br>世の中には、(商品名)をまだ知らない方がたくさんいらっしゃいます。その方達に(商品名)を良く知っていただくためにアンケートにご協力していただけないでしょうか。あなた様のご意見を掲載させていただきます。今後の活動に反映したいと考えています。良かったこと嬉しかったこと。どのような些細な事でも結構です。是非ご協力をお願いします。(できるだけ具体的に書いていただけると助かります。)<br>Q1: (商品名)を購入する前にどんなことで悩んでいましたか？<br>(①の答え): ターゲット<br>Q2: 何がきっかけで、この(商品名)を知りましたか？<br>(②の答え): 媒体<br>Q3: (商品名)を知ってすぐに購入しましたか？しなかったとしたらなぜですか？<br>(③の答え): リスク対策<br>Q4: 何が決め手となってこの商品を購入しましたか？<br>(④の答え): 強み<br>Q5: 実際に使ってみていかがですか？<br>(⑤の答え): 裏付けとなる証拠<br>※上記のお声についてお問い合わせ、インターネットや印刷物などに掲載させて頂いてよろしいでしょうか？下記の中から〇印をお付けください。<br>( ) 名前を出してもいい ( ) イニシャルなら出してもいい<br>お名前: _____ ご住所: _____<br>ご協力本当にありがとうございました。<br>株式会社〇〇〇〇〇〇〇〇 代表 〇〇〇〇〇〇 |  | 【ターゲットコピー】(対象となる人への呼びかけ「〇〇で悩んでいる方へ」「△△になりたい方へ」)<br>(①悩み/Q1の回答)を持っていますか？<br>【キャッチコピー】(購入後のイメージが伝わりお客が思わず見てしまう言葉<br>「〇〇できる△△です」「〇〇が△△する〇〇が発表」)<br>あなたと同じように(①悩み)で悩んでいた人が、<br>この商品を購入して、今では(⑤感想/購入後のイメージ)と言っています。<br>まずは、これをご覧ください。<br>【裏付けとなる証拠】(キャッチコピーを証明する誰が見ても解るモノ/写真・検査データ・お客様の声等)<br>お客様の声(⑤感想/購入後のイメージ)<br>【理由】(素材・製造法・販売方法など、なぜこのような証拠を作ることができるのか？誰かが納得する理由を説明)<br>【オファー】(商品名・価格・スペック・写真など商品説明)<br>この商品は(④決め手/一番の理由)がお勧めです。<br>写真など<br>○○○○○○○○○○○○<br>○○○○○○○○○○○○<br>○○○○○○○○○○○○<br>○○○○○○○○○○○○<br>○○○○○○○○○○○○<br>【リスク対策】(返金保証・分割払いなど購入への不安に対する対策)<br>とはいっても、すぐ買うには(③不安)という不安がありますよね。<br>そこで当社では、〇〇という特典や対策を用意しました。<br>【行動喚起】(まずは、どう行動して欲しいのか？最初の行動を促す言葉)<br>まずはお問い合わせください。<br>【問い合わせ】(電話・FAX・メール・ホームページ・地図・返信ハガキなど) |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

売れるチラシ・DM・ホームページを作るために必要な情報は、あなたではなくあなたのお客様が持っています。「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、できていないかの差です。

こういったアンケートの内容になっているかという、

たった5つだけのシンプルな質問で構成されています。

- 商品を買う前に、どんなことで悩んでいましたか？
- 何でこの商品を知りましたか？
- (商品名)を知ってすぐに購入しましたか？  
もし購入しなかったとしたら、どんなことが不安になりましたか？
- いろいろな商品がある中で、何が決め手となってこの商品を購入しましたか？
- 実際に使ってみていかがですか？

このアンケートは、「お客様が購入しようと考えてから、実際に購入した後までの5つの心理段階に合わせて、お客様の購入プロセスと同じ順番で構成」されています。

アンケートの回答を集計・まとめをして、あとは各問いの答えを、紹介されてるフォーマットに埋め込んでいけば、「売れる」チラシやDMができあがります。

### 住宅見学会チラシ Before・After

After

校区を変えずに満足できる新築住宅をお考えの方へ  
 一般に公開されていない土地情報を持っていて、  
 何度もプランの打ち合わせの出来る山内住建に、  
 まずは相談してみませんか？  
 イメージ通りで住みやすく快適でという声を沢山いただいています。

ターゲットのお客様を明確にした

自社の強みをしっかり打ち出した

お客様の声を掲載

選ばれている理由を掲載

お客様の不安を解消

お客様が選んだ山内住建が良かった理由  
**3つ!!**  
**それが出来る理由**  
 ① 何度もよく悩んでくれて小さき家でも満足できる家が出来た。  
 ② 希望の敷地内での土地を探していた「地味」でいい感じの土地を山内住建が探してくれました。  
 ③ 希望の敷地内での土地を探していた「地味」でいい感じの土地を山内住建が探してくれました。  
 ④ 希望の敷地内での土地を探していた「地味」でいい感じの土地を山内住建が探してくれました。  
 ⑤ 希望の敷地内での土地を探していた「地味」でいい感じの土地を山内住建が探してくれました。

新築住宅を考えるときによくあるご不安  
 Question  
 他社のハウスメーカーや建築業者と比べて何が違うの？  
 Answer  
 家を建てるときは山内住建の工法やオプションなどをよく見ていただくことが大切です。  
 Question  
 家を建てるときは山内住建の工法やオプションなどをよく見ていただくことが大切です。  
 Answer  
 家を建てるときは山内住建の工法やオプションなどをよく見ていただくことが大切です。

アンケートを導入し、お客様の悩みをそのまま掲載したチラシ

Before

完成見学会  
 Simple Modern Style House  
 2/22(土) 10:00-12:00  
 山内住建  
 山内住建  
 山内住建

アンケートを導入する前のカタログのようなチラシ

チラシを新聞折込にて配布した結果、既存チラシに比べて大幅な成果がでました！

新規来場客  
**450%UP**

全体来場者数  
**160%UP**

建築条件付土地  
**2件成約**

建売商談中  
**1件**