RECOMMENDED !

今月のおすすめ

『こんな仕事もしています。』

■リフォームレギュラーチラシ

弊社では、取引のあるリフォーム会社様からよくレギュラーチラシのご依頼をいただきます。
リフォームのタイミングは、そこに住む人それぞれのお家事情で、リフォームを検討されるかと思います。
　それらを踏まえ同じチラシを、コンスタントに折込ことで、常に市況へ訴求する販促活動をされております。
　そのおかげもあり、反響をいただいているクライアント様もいらっしゃいます。
やはり「継続は力なり」ではないでしょうか。昨今のお客様の購買動向を踏まえれば必然かと思います。
そんなレギュラーチラシの制作も弊社なら親身になってお手伝いさせて頂きます、是非ご相談ください。　（文章／津田）

書籍のご紹介 book review

■0円PR　お金をかけずに顧客に愛されて売上を伸ばす方法

浅田真央さんで有名な寝具ベンチャー「エアウィーヴ」で広報担当者として PR に携わったのが著者の笹木郁乃氏。著者が中部経済新聞で「すぐにできる SNS 活用術」というタイトルで連載をしていたのを読んで興味を持ちました。
仕事柄、SNS を利用した告知は必要だと思っていますが、その先のつながりを考えずに、手軽な SNS での告知や広告に力を入れる手法が多い事に違和感を持ち、果たして、SNS だけ商品は売れていくのか？そうではないだろう？第一人者はどう思っているのだろか？と思い、読み始めました。SNS の利用で効果を上げる方法が、理論的で且つ具体的に書かれているので、非常に参考になります。多くの方に読んでもらいたい 1 冊です。　（文章／大見）

売れる広告！反響があるチラシ！
問合せがあるホームページを作ります。

https://www.assh.co.jp/
アッシュデザイン　検索

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

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

ASSH News Letter

アッシュ　ニュースレター

June,2022

6

Advertisement＆Sales Promotion

今月の成功事例

monthly report

お店のスタッフとお客さんを巻き込んで、作成した新聞折込チラシで、前年比2.6倍の新規会員を獲得したスポーツジムの事例です。

「A4」1枚アンケート広告作成法とは・・・

Amazonブックランキング総合1位、Amazon日本上陸15年「売れたビジネス書50冊」に、ランクインした岡本達彦氏の著書『「A4」1枚アンケートで利益を5倍にする方法』の理論を取入れた広告作成法です。「A4」1枚アンケートの5つの質問から、買ってくれたお客様の気持ちが手に取るようにわかるようになり、売り手目線でなく、お客様目線で作る広告作成法です。

抱えていた課題・背景

　愛知県安城市にある、健康づくりジム KENREN（けんれん）様は、特許を取得している特殊なマシンを導入されたスポーツジムを、2018 年 1 月にオープンするも会員数が、伸びず悩んでいました。本部からは、トレーニングに関しての指導はあっても、販促に関するアドバイスは特に無く、「専用の器具の満足度が高いので、1 年もすれば紹介で、十分に集まります。」と言われましたが、思うように集まらずに悩まれていました。
　「何か良い方法はないかな？」と相談を受け、「お客様アンケートから集客できるチラシを作る方法があります。」とアドバイザーの資格を取る前でしたがご提案し、実際にチラシを作り新聞折込をするも反響が無く、効果を上げられませんでした。
　原因は、①担当者（大見和志）の知識と技量が不足。②アンケートを取る目的が理解されていなかったので、アンケートの中身が薄かった。
　上記 2 点により集客できる広告に必要となる効果的な、①ターゲットコピー②キャッチコピー③裏づけとなる証拠④ボディーコピー⑤オファー⑥リスク対策⑦行動喚起⑧問い合わせ という表現が作れませんでした。
しかし、「チラシに伝えたい事は書いてある。」という認識の元、このチラシでしばらく周辺へのポスティングを続けましたが、ほぼ反響なしという状況が続きました。そんな時に、「自社の良い点を社員がわかってないから、セミナーをやって欲しい。」とオファーがあり、「A４」1 枚アンケート実践勉強会を実施し、社員全員の共通認識の元、再度お客様にアンケートをお願いし、チラシを作る事になりました。

「A4」１枚アンケート広告作成法で制作した新聞広告チラシ

Before

表

裏

14,600 枚を新聞に折込んでも反響無し！

その後、約 30,000 枚をポスティングしても、成果は上がらず。

After

表

裏

① 悩みは、ジムのお客様の意見を取り入れました。「失禁」は、アンケートには無かったが、ジムのあるお客様の強い要望で追加しました。「失禁は恥ずかしくて、書かないだけです。絶対に悩んでいる。」とのアドバイス。「つまづく」は、ジムのスタッフがお客様からよく相談されていたので、追加しました。

④ さらに、Q4 の決め手のマシンの良さが伝わるように「似たようなジムはありますが、KENREN のマシンは他にありません。
一番大切な一生自分の足で歩く、起き上がるなど効果を実感したため。」といった感想を証拠として掲載しました。

④ Q4 の決め手は、値段がお手頃 ８ 人、マシンの魅力６人、近い５人、スタッフが明るく丁寧 5 人、自分のペース 5 人、短時間 5 人、好きな時間に来れる 3 人から選択。赤字の ２ つは強みにならないと判断し外しました。
当初、スタッフは、自分が紙面にたくさん出ている事に抵抗感を感じていましたが、ジムのお客様の「あなたが好きでみんな来ているんだから、登場した方が良いわよ。」と天の声（笑）。

「A4」1枚アンケート分析結果

Q１KENREN に入会する前は、どんなことでお悩みでしたか？

① 姿勢が悪い６人、肩こり５人、筋力低下４人、体力低下４人、腰痛４人、膝痛３人、運動不足３人、病気のリハビリ３人

Q２何がきっかけで、KENREN を知りましたか？

友人からの紹介 14 人、通りがかり７人、チラシ２人、ネット・HP2 人、情報誌１人

Q３KENREN を知って（体験して）すぐに入会しましたか？されなかった方はどんな迷いや不安がありましたか？ **③**

入会しても通えるか不安２人、家族と一緒に入会したい２人

Q４他にも似たようなジムがある中で、何が決め手となって KENREN を選びまし たか？ **④**

値段がお手頃 8 人、マシンの魅力 6 人、近い 5 人、スタッフが明るく丁寧５人、　自分のペース５人、短時間５人、好きな時間に来れる３人

Q５実際に入会してみていかがですか？率直なご感想をお聞かせください。

スタッフが良い 5 人、腰痛改善４人、体調改善 4 人、肩こり改善４人、筋力アップ４人、体力アップ３人、膝痛改善２人、姿勢が良くなった１人

チラシ改善後

21,100 枚新聞折込

無料体験申込みに 2 日に 1 組が来店

前年比 2.6 倍の入会者

スタッフも驚きの効果！

④ Q4 の決め手でマシンの魅力を 6 人の方が上げているので、特許を取得しているマシンを出来るだけ詳しく説明しました。
またスタッフにモデル役をお願いし人気マシンの使い方を紹介する項目を入れました。

③ Q3 の迷いや不安の「続けられるか？」と「家族で入会できるのか？」に対して、「最初は続けられるか不安を抱えていましたが、短時間・気楽・気軽に通えると言われ、長く続けられています。」というお客様の声と「お得なファミリー会員制度があります。お一人だと年間 30,000 円ですが、ご同居のご家族様であれば、何人会員になられても、ご家族で年間 56,000 円です。」というファミリー割引で不安を解消。