

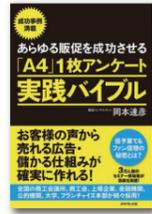
RECOMMENDED!  
**今月のおすすめ**

「A4」1枚販促アンケート広告作成アドバイザー協会推薦 書籍のご紹介

**利益を10倍にしたいならこの本**

『あらゆる販促を成功させる  
 「A4」1枚アンケート実践バイブル』

新規客を集めるだけでなく、高単価購入・同時購入・リピーター・休眠客など、あらゆる販促を成功させるための「A4」1枚アンケートの活用法から儲かり続ける会社にする社内勉強会のやり方までを全てを網羅しています。



**利益を5倍にしたいならこの本**

『「A4」1枚アンケートで  
 利益を5倍にする方法』

もうキャッチフレーズ・キャッチコピー・内容で悩む必要はありません！マーケティングが苦手な方、勉強している時間がない方でも、お客様の声を利用すれば売れるチラシ・DM・ホームページが作れるようになります。



**利益を3倍にしたいならこの本**

『「売れる」に変わるたった1つの質問』

お客様にたった1つの質問をし、「売れない」を「売れる」に変える超簡単販促法。「売れる」ようになりたいけれど、「A4」1枚アンケートがとれない方にオススメです！



**新商品や新サービス等の広告を作りたいのならこの本**

「A4」1枚アンケートが取れなくても、売れる広告が簡単につくれる画期的ノウハウ！

だれでも手軽に小予算で実行でき、再現性の高い販売手法がわかる!!全国の商工会議所や商工会で大好評の「マンダラ広告作成法」が書籍になりました。まだお客様がいなくて、「A4」1枚アンケートがとれない新商品やサービス、お店などの販促にオススメです。



**「A4」1枚アンケートをとる  
 必要性が良くわかる本が出ました!**

お客様を理解し、それをビジネスに活かすための究極の本。

なぜ『お客様目線』が必要なのか、そしてそれをどのように実現するのかについて深く掘り下げています。あなたのビジネスがどのようにお客様を喜ばせ、自身も満足させることができるのか、それを確実に掴むための具体的な方法が書かれています。



**良い商品・サービスなのに  
 売れないと悩んでいる方にオススメ!**

お客様の脳を不安から安心に変えて  
 売上を上げる簡単な方法!

『不安がなくなるとモノが売れる』は、商品を手に取る消費者の心理を深く掘り下げ、販売戦略を根本から変えるべき理由を解き明かす一冊。本書では、商品が市場に受け入れられない原因として、消費者の抱えるさまざまな不安に着目。顧客の不安を理解し、それを解消するための具体的な手法を段階的に紹介しています。



**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



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: 大見

株式会社 アッシュデザイン

〒446-0019 愛知県安城市新明町24番地2

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

アッシュ ニュースレター  
**ASSH News Letter**

October, 2024

Advertisement & Sales Promotion

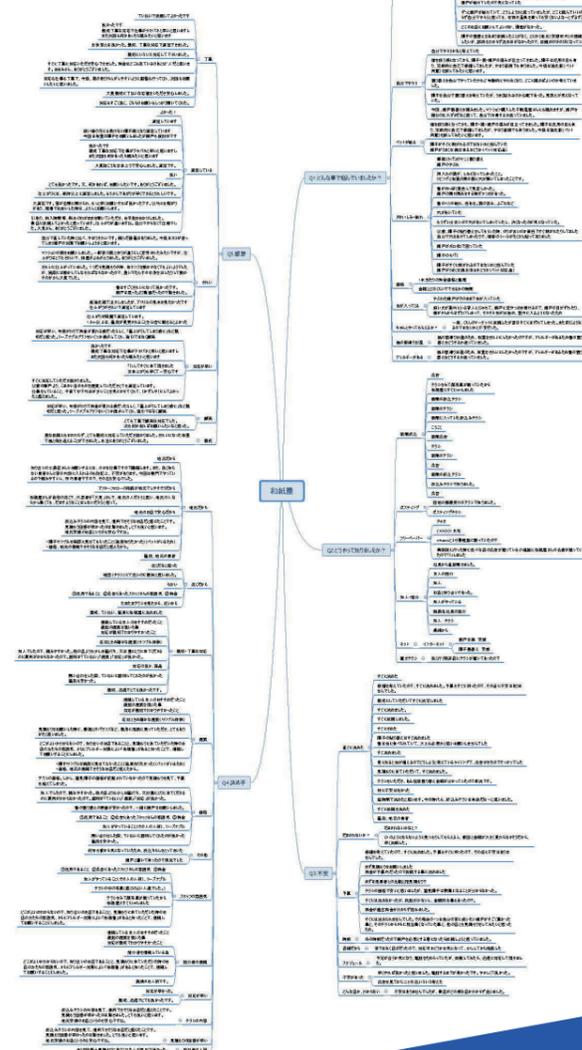


**今月の成功事例**

monthly report

一年間で折込チラシから103件、  
 ホームページ等から68件、合計171件の  
 問合せがあった和紙屋(かずしや)のチラシ  
 PDCAの回し方の事例

「A4」1枚アンケート分析結果



**「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、売り手目線ではなく、お客様目線で作る広告作成法です。



チラシで反響があったら、「それでよし!」とし、そのままにしてしまうと勿体無いです。

さらに、効果を高めたり、継続させるために、経験と勘によるチラシのブラッシュアップではなく、確かな根拠の元でブラッシュアップし、効果を継続させることが大切です。

「A4」1枚アンケートを取得し、その分析結果を利用すると、お客様の購買心理が手に取るように分かるようになり、確かな理論の元、根拠があるチラシのブラッシュアップ=PDCAを回せるようになります。

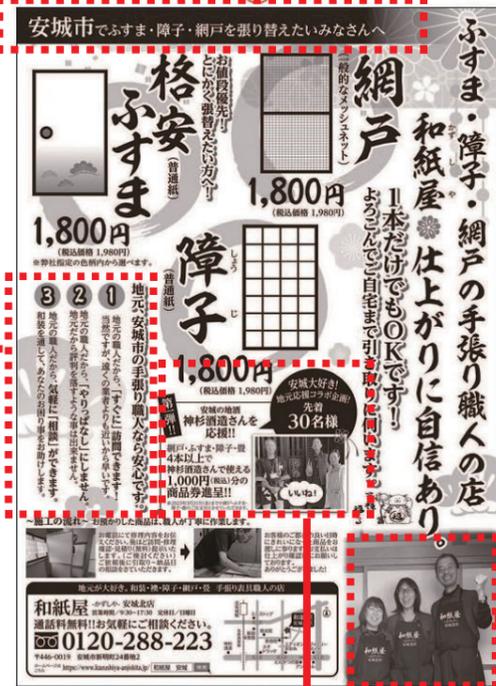


WEBコンサルシステム(チラシ用)で制作したチラシ **改善前**

※WEBコンサルシステムとは、新商品や新しいサービスの販促を考える際に、購入するお客様の気持ちになって広告案を作れるシステムです。

WEBコンサルシステムで考えたターゲットコピー

「安城市でふすま・障子・網戸を張り替えたいみなさんへ」



初回チラシ 2022年12月

地元色を強調するために  
地元の老舗の酒蔵とタイアップ

リフォーム系のチラシで  
効果を出すには  
スタッフ写真は必須

決め手のボディコピー

- ①地元の職人だから、「すぐに」訪問できます！  
当然ですが、遠くの業者よりも近いから早いです。
- ②地元の職人だから、「やりっぱなし」にしません。  
地元だから評判を落とすような事は出来ません。
- ③地元の職人だから、気軽に「相談」ができます。  
和装を通して、あなたのお困り事をお助けします。

2022年12月に3,000枚の新聞折込で  
3件の問合せ&受注(行けるかも?)

「A4」1枚アンケートを取得して、チラシの改善につなげる。

「A4」1枚アンケートを利用した改善策 ①→②→③→④とPDCAを回す

「A4」1枚アンケートを取り続け、チラシの改善とホームページの更新を行う。

①改善前

初回チラシ 2022年12月



②



②不安対策

2023年4月28日に変更

①→②

「だまされないかな?」「貴店がどのような店かわからず迷いました。」等の不安があったので、チラシに「お客様の声」や「お店の写真」を入れて、不安の解消を図った。また、決め手に「写真のスタッフの雰囲気」を上げる声が5件あり、やっぱり絶対に必要な情報と確信。

④決め手を反映

2023年9月7日に変更



③



③悩みを共有

2023年8月4日に変更

②→③

アンケートの悩みに、「どこに頼んだらいいのかわからなかった」「自分で張り替えを考えていたが、うまく貼れるのか心配」という声が多かったのでチラシに反映。同じ悩みの人から問い合わせがある。

↓下記は、とあるお客様から取得した「A4」1枚アンケートにありました。明らかに、効果があった事がわかります。

Q.4 他にもさまざまな襖・障子・網戸・畳の張り替え屋や施工店がある中で、何が決め手(提案や対応、商品、場所等)となって当店に依頼を決めましたか?  
安城市のお店という点もありましたが、広告に「どこに頼めばよいかかわからなかった」と書いてあったので、相談してみようと思い電話をかけた。とても感じのよさで、お願ひするに至りました。

結果

2022年12月~2023年12月の一年間で、  
折込チラシから103件、ホームページ等から68件、合計171件の問合せがありました。

(販促方法: 折込チラシ、ポスティングチラシ、フリーペーパー、置きチラシ、ホームページ、紹介、フェイスブック、インスタなど)