

お客様への情報発信 vol. 3

①「売り込まずに売る感動販促のポイント」(参照: 商業界7月号 P18.19)

人は売り込まれるのが嫌いな生き物。売り込もうとして警戒させ、自分の都合ばかり押し付けてくる人からなんて絶対買いません。では一体、どうすればいいのか。それはずばり、お客様の興味がある楽しい情報を送るということです。

私たちは、どうしても伝えたいことがあるとき、その人に連絡しますよね。SNS やメールではなかなか伝わりそうにありませんし、埋もれてしまいます。会いに行ったり電話するのは、相手の都合を聞き出す段階で警戒させることになりかねません。でも手紙なら何度でも納得いくまで加筆、修正など書き直しができますし、確実に届き真剣さや熱量も伝わります。簡単で最も効果的な方法は、手作りニュースレター(お客様に情報をお届けする手紙)を送るという方法です。届く、読まれる、伝わるニュースレターを定期的に作製し、何度も送ることは、時間もエネルギーもかかりますが、お客さまとの関係性が深まり、力強いファンになってくれます。商売の基本をもう一度見直し、紙の販促ツールで連絡することが、デジタル時代に強く求められています。

販促ツールの反応を上げる「5つのポイント」

- ① ターゲットを明確にする…誰に伝えたいのか。どんなときに効果あるのか。なぜそう言えるのか。
- ② 見る人の気持ちを察する…何に興味があるのか。知りたいことは何か。解決したい悩みや苦しみとは
- ③ 分かりやすく伝える………どんないいことが手に入るのか。キャッチコピーでつかむ。専門用語は使わない。
- ④ 人の気配を演出する………見る人に語り掛ける。情熱を伝える。スタッフの顔を出す。お客さまの声を載せる。
- ⑤ 笑顔の画像を使う………安心してもらう。親しみを込める。情報を受け入れやすくする。

POINT!

「お客さまが興味ある楽しい情報」と「売る側が伝えたいセールス情報」をしっかりと分け、見る側の売り込まれている感を払拭することが大切!!

(作成日 H29.6.26/作成者: 総務課 馬渡)

②ようこそPOP一年生!(参照: 商業界12月号 販促特集記事)

POPをこれから書いてみようかなと思いついた人、POPをこれから書く立場になった人など、「POP一年生」に皆さんに向けてPOP作りのポイントを分かりやすまとめました。何よりも肩の力を抜いて楽しんで作る事が、一番の秘訣です。

伝え方

お客の心をつかもう!

- ①POPコピーは2部構成に→キャッチコピーと説明文2部構成にすると伝わります。自分が「なるほど!」と思った商品価値やエピソード、使い方の提案を伝えましょう。
- ②分かりやすい言葉で会話調に→専門用語は使わない。小学5年生が読んでも理解できることが目安です。家族や親しい友人に普段送っているメールやLINEで送っているような気持ちで書いてください。

作り方

お客の目を引こう!

- ①レイアウトはシンプルな上下型に→キャッチコピーを目に付きやすい上段に大きく太い文字で、説明文は下段に中字から細字で書きお客様が読みやすい文字に!
- ②POPパターンで読みやすく→「ライン」「囲みケイ」「吹き出汁」など活用してみましょう。
- ③色を使い過ぎないで作る→まずは「3色+1色」でスタートしましょう。説明文は読みやすい黒で書きます。
- ④写真やイラストを入れる→人物や商品などの写真やイラストを入れてみましょう。

POINT! ☆楽しんで作る事が一番の秘訣! 商品の価値や役に立つこと、ワクワクすることをしっかり伝える。

(作成日 H29.6.28/作成者: 中小企業相談所 光安)