

4. お客様になってみる！

販売促進・広告宣伝は、お客様に対して「喜ばせる」「知らせる」「期待させる」ことがポイントですが、この基本を忘れて見栄えのいいポスターやチラシに凝ったり、イメージを追いすぎたり、「形」から入ると失敗します。

他業界でも、イメージギャルを使い高価なデザイン料を払って立派なポスターを作った結果、見る側「これ、一体何を伝えたいの？」と首をかしげる事例があります。きっと「お客様に何を伝えたいか」を検討せず、デザイン会社任せにしたのでしょうね。

先日も笑える折込広告が入ってきました。有名ブランドのディスカウント店のもので、ブランド名やロゴマーク、売価がキレイにデザインしており、2色刷りでシャレた店名が書いてあります。ところが、所在地や連絡先の記載がないのです。この経営者、自店は地域に認知されていると思い込んでいるのかも知れません。しかしこの折込広告を初めて見た私など、欲しいモノがあってもお店の場所がわからないのです。

クリーニング店では、お客様に与えるイメージづくりも大切です。しかし、イメージに傾きすぎて仕上り品の包装や店舗の外装におカネをかけても、お客様は「キレイなお店だね」と感じるだけで、来客数に反映

