

販促ツールの選び方 創業・新規事業・業種転換 なにから販促、はじめるか？

「来てほしい・買ってほしい」でどうにかなるなら、販促ツールは必要ありません

思っているよりも、集客・販売はラクではありません。

簡単な呼びかけだけでは、認知が広がり・来店や引き合いがあり・販売や受注に結びつかないので、世の企業は広告を打ち、パンフレットやサイトでメリットや同業他社との違いを訴え、毎日のようにSNSで何かしら発信したり、台本を考えて動画の撮影をしたりしています。

では、何を使って集客～販売をすればいいでしょう？

本日のテーマはまさにソレです。販促手法に関しては「〇〇だけやっていたら問題なし」ではなく、会社・店によって最適な方法が変わってきますし、時代の流れによって変わってきます「水物」です。

では「ウチにとっての最適」はなんでしょう？ 残念ながらこれも明確な答えがないので、考えるヒントになればと、ちょうど準備中の新規事業をサンプルにお話ししていきます。

1. ビジネスモデルとお客から絞り込む

同じものでも、お客様によって最適な売り方や提供する商品そのものが変わります。

【年齢・性別】で絞るという切り口だけではなく、【困りごと】や【〇〇しがちな…】といった属性【収入・職業】【〇〇好き】なども絞り込みの切り口になります。一番のメリットは「売りやすくなる」ことで、SNS投稿ネタにも困らず、キャッチコピーなどもより刺さるものになります。



もしラーメン屋だったら、それぞれのお客に向けて、どのような打ち出し方がうまくいきそうでしょう？

「お客様を絞り込む」といってよく言われるけれど…

創業・開業や新規事業を考える際、「ターゲットの設定をしましょう」「漠然としたものではなく、具体的に絞りましょう」などと言われることがよくあります。

実際のところ売りやすさだけではなく、かけるお金や手間などリソース面でも個人事業や小規模で始める際にメリットが多いです。

	ターゲット・レベル	準備・リソース
普通のパソコン教室	老若男女・レベルもまちまち	大変
経営者限定	経営者・レベルまちまち	そこそこ大変
初心者×経営者	経営者・初心者	割とスムーズ

2. なにから販促、はじめるか？

まずは何をやる・やらないを考えて、点ではなくゴールからの線・面・立体で

安直に「動画」「チラシ」と考えるのではなく、最終的な【購入・クローズからの逆算】で考えると良いとされています。

例えば来店してもらい営業トークで契約する商品・サービスの場合、【来店してもらうためのツール】と【来店後に渡して選んでもらうためのツール】とを別にした方が、伸び悩んでいる際【集客なのかクローズまでの精度か】の判断材料にできることでトータルで受注率の向上を目指せたりします。

また販促ツール作成時は、着手順を決めておくとお金が省け、フットワークが軽くなります。

- ・連絡先をまず決めておく → URL/TELなど、チラシを作る前に「その先」を決めておく
- ・出口に直結したものを作る → 全て出来上がってなくても販売ができるようにすると◎
- ・大まかな情報で充分なものから手をつける → 興味を引くだけなら概略でも充分
- ・流用の元ネタになりそうなものから手をつける → 認知向上の場合「広く浅く」が鉄則
- ・画像や動画が少ないものから手をつける → 作業スピードを上げ70点のものを増やす

(参考：販促準備・ツール作成の流れ)

「アナログ派な経営者のためのパソコン教室」の場合

- ・連絡先を決める → ドメイン取得～QRコード作成・eFAX導入など
- ・言いたいことを整理しまとめる → ノートアプリ
- ・企画書的なスライド風インスタ画像 → Canva
- ・メールテンプレ/申込後資料/各種シート類
- ・サイト → 決済・予約用：システム導入
- ・サイト → オフィシャルとりあえず版 (WordPress)
- ・名刺/動画・インスタのプロフィール文 → 各種アカウント作成、SNSは同業他社等研究～作成の流れ
- ・動画・インスタとりあえず2～3個投稿 → 同業研究の上投稿ネタ帳を作り、試しに作成投稿し様子見
- ・チラシ/パンフレット → 渡し方を事前に考える、PDF版も

3. ところで、どんなやり方があるの知ってますか？

世の中にはデジタル・アナログを問わず様々な販売手法があります。

しかし日頃これらの情報に接していない場合、なかなか思いつきません。

ここでは思いつく限り様々な手法を並べましたので、お悩みの際の参考にしてみてください。ピンとくるものが見つければ幸いです。

Web/デジタル系

サイト / X(Twitter) / Facebook / Instagram / LINE / TikTok / Pinterest / Tumblr / YouTube / Googleビジネスプロフィール / メール署名欄の充実 / サイト内チャット / note / ブログ / メールマガジン / ステップメール / メールDM / オンラインサロン / ウェビナー / プロフィール欄の充実 / ウェブ実況 (YouTube/Facebook Live/ツイキャス/Twitch) / AR・VR / 電子書籍 / ダウンロードコンテンツ (小冊子・事例集など) / アンケート / 診断コンテンツ / 検索広告 / 動画広告 / 記事広告 / SNS広告 / 他社メディアへの寄稿 / 専門家登録 (Allabout/マイベストプロ) / Q&Aサイト / プレスリリースサービス活用 / テスト的なネット販売 (メルカリ/ヤフオク) / クラウドソーシング活用・登録 (ココナラ/ランサーズ) / クラフト系ポータル (Creema/minne) / レシピ系ポータル (クックパッド) / 講師系ポータル登録 (スタアカ) / イベント告知・管理システム (Peatixなど) / 地元系ポータル (みんなの経済新聞) / 各種業界ポータル登録 (ぐるなび/Hotpepper/じゃらん) / クーポンサイト登録 / クラウドファンディング / オンラインチラシ (Shufuoo!) など

アナログ系

チラシ (※どこに置く？ 誰に渡す？ どう渡す？ などによっても作り方は変わります) / ポスター / フライヤー / ショップカード / パンフレット / 小冊子 / アンケート / 広報誌 / 案内板 / POP / のぼり / 看板 / QRコードを使った他媒体への誘導 / ポップスタンド / 企画書・提案書 / 事例集 / プレゼンテーション / お礼状 / 紹介特典 / ノベルティ / DM / FAX DM / TELアポ / ビラ配り / 声だし / 匂い (焼き鳥・鰻など) / 店内BGM / ポイントカード / クーポン・割引券 / セミナー営業 / 体験会・商談会 / 展示会 / イベント出店 / ポップアップストア / 交通系広告 / TV・ラジオ・新聞・雑誌広告 / サイン / デジタルサイネージ / 地元メディア掲載 (タウン誌・ローカルFMなど) / 代理店開拓 など

その他売上向上策

パッケージ変更 / 分量の最適化 / 販売対象の変更 / セット販売 / チケット化 / サブスクリプション化 / キャンペーン：〇〇まつり・〇〇の日 (勝手に作る) / 誕生日 / 頒布商材化 / 勉強会の主催 / 時流ネタ (五輪なんちゃらとか) / トークスクリプトの定着化 / 業務のオンライン化 / 地元スポーツチームのスポンサー / 各種趣味 (バンド・野球など) / 各種特技 (マンガ・書道・占い) / 同窓会 / 経営者団体加入 / ギネス・モンドセレクション・グッドデザイン賞などの「箔付け」 / ショールーム開設 / 〇〇協会の設立 / プレスリリース / レジ前商品の充実 / 接待 / シナジーのある新規事業 / パラレルワーク (副業・派遣・バイト) など

特にWeb/デジタルの世界では、いつの間にか新しい用語が出てきたり、新しい業者やサービスが出たり消えたりし、評判のいいものもコロコロ変わります。【気づいたらすぐに調べる】【プロに聞く】のが、早道・近道です。

027-265-5016

商材・スタイルに合った販売方法の設定・情報発信・集客のご相談など、よろず相談をご活用ください。ちなみに山崎は、毎週火・水曜に前橋に来ています。