

経営のヒント17 メール集客大作戦その1

業態 業界に囚われないのすすめ!

メール集客はどんな業界に向いているのか。私も昔はうんつく机に座って考えていました。

それで出た結論。それはお客さんが知っているということ。

どれだけ電話帳を繰りながら机上で考えても及びもつきません。

いまクライアントさんのリストを眺めても千差万別。どんな風に使うのですかと聞いてやっと納得できたお客さんもありました。

さて、今回の事例はこのメール。まずはお読みください。

件名：アレが釣れ始めてます！

今週の釣果！

マダイ

0.3~0.6kg

2~3匹

アジ

20~52cm

8~35匹

そろそろタチウオも釣れ始めてます！

あの引き具合を味わいたい方は今すぐご予約くださいね

000-111-2222

メール見たよと言って頂くと乗船料 500 円引きです！

もうお分かりですね。漁船の船長さんです。漁船といっても釣船ですね。釣好きなら「釣バカ日誌」の浜ちゃんじゃなくてもこんなメールが届いたら、居ても立ってもいられないんじゃないでしょうか。

一見、IT云々とは遠いところにいるような釣船という業種ですが、商売の本質として、メールが持っているプッシュの威力を感じたから、このようなサービスをはじめられたそうです。

いかがですか？「うちの業界はちょっと・・・」「こういう業態ではどうですかね・・・」と考え込む前に“メールのプッシュ力を活かすには”という発想をしてみてもどうでしょうか。

新聞記事って面白くない。読む気にさせる記事が少ない。

そう思いませんか？

でも日経MJはちょっと別格で、面白い。即商売に役に立ちます。

そのエッセンスを現役の中小企業診断士が毎日無料で解き明かして

くれるとしたら・・・。クリックしないと損ですね。

「日経MJに見るマーケティングの戦略・戦術」

<http://www.maq2.com/m/0000104364.htm>

追加です。

感動の口コミのスーパー

噂の感動スーパーがあります。実は私は一度も足を運んだことがないのです。きっかけは会社の女性スタッフから「安くて、品物が良いスーパーならココ！」と聞いてすぐに妻にその所在地を話しました。

そのまま忘れていたのですが、ある夜の食卓に元気で大きなサンマが並び、その値段が2匹で90円と聞いてびっくりしました。

1匹45円。いまだきガムも買えない。タバコ吸いの私は「タバコ辞めなアカン」と思いました。6.2匹か・・・。まだ吸っていますが。

そのサンマ事件を会社で話すと、実は女性スタッフでそのスーパーの存在を知らぬものではなく、みな近くにキレイな大型スーパーがあるにも関わらず、足しげくかよっている様子。以下彼女たちの証言。

- ・仕入れ網がとにかくスゴイらしく全国の卸売り市場から新鮮な食材が届く。
- ・レストランなどの業者が当然目をつけ、大量に買っていく。
- ・したがって良いものが欲しければ午前中に行け！
- ・買い物に来ている主婦の大半がカゴ一杯に買い込んでいる。

お客にこれだけのことを語らせるとはツワモノの証拠。

ただ安いだけなら「これどこ産？」「まあ安いだけのことは・・・」

などと悪態をつきながら食することはあっても、大して驚きません。

主婦たちの応援歌によるところもありましたが、90円で何百円もの価値を感じさせているスーパー。

「いつかくまなく隅々まで堪能したいな」と思う反面、伝え聞く伝説のままにしておきたい気もしています。今回はナンカたいそうでしたね。