



オール電化 & 太陽光 ビジネス塾

宣伝活動自体を宣伝する



倉田豊治(くらた・とよじ) 株式会社サンユウ 取締役。オール電化販売のエキスパート。サンユウグループは10年前からエコキュートとIHクッキングヒーターを約6,000件以上のお客に販売している。圧倒的な販売ノウハウを代理店向け講習会で教えたり、数々のメーカー研修会で披露。顧客や販売店の心理を鋭く読み解くマーケティングは、百戦錬磨の現場仕込みのものばかりだ。

自店でオール電化をやっていることを宣伝するのに、みなさんはどのような手段を使っていますか。すぐに思い浮かぶのは新聞折込やタウンページなどですが、それ以外ではどうでしょうか。

魅力的な宣伝方法は、できるだけコストを抑えて、しかも効果的にアピールできる方法ですが、テレビ・ラジオのマスコミの利用はどうでしょうか。「とても高くて無理!」と思うかもしれませんが、意外に安いと思ったのがケーブルテレビです。J:COMさんをお願いして15秒のCMを1日6回放送してもらっています。これでコストは月に約5万円です。

面白いのは、3、4カ月に1回ぐらいの頻度でJ:COMさんの独自番組の中でうちの会社を紹介してくれることです。しかも、放送されたそのテープをいただけるので、展示会で流すなどその後も効果的にアピールできるのです。

ほかには、コミュニティーFMの活用です。コミュニティーFMとは、正確にはコミュニティー放送のことですが、放送エリアが市町村単位の狭い地域に限定されたFM放送局で、一般的には防災や災害情報を流すためのもののように思われがちですが、そうでもありません。

私の会社では「エフエムさがみ」さんをお願いして、月曜日から金曜日まで1日4回のCMを流してもらっています。ですので、月にすると合計で約80回のCMが流れている計算になります。これでコストは8万円ぐらいなのですが、1回あたり1,000円ですから安いと思いませんか?

「エフエムさがみ」さんのホームページを見ると、月額3万円から受け付けていて「折り込みチラシよりも断然安い!」とうたっています。

もちろん、ケーブルテレビやコミュニティーFMといっても、どれだけの人が聴いているのかという問題があります。コミュニティーFMで

は、だいたい2、3%といわれています。

しかし、私がここでみなさんにお話したいことは、CMを聴いた人から何台の注文があるのかといった話ではなく、このこと自体をイベントやチラシでネタとしてアピールすることです。

もちろん、実際に見たとか聴いた人に向けた効果を狙わないわけではありませんが、それよりもチラシや展示会で「こんな活動もやっています」と角度を変えて使うのです。

「こんなところでも、うちはオール電化をアピールしています」ということを展示会のお客に向けて発信するわけです。

宣伝の狙いは「信用力」の向上

人間は面白いもので、「雑誌に載りました」とか「テレビで取り上げられました」と言われると信用が一気に高まるものなのです。

それはそうですね。何もせずにだれからも相手にされなかったり注目されないよりは、少しでも注目されている方が信用につながりますからね。しかし肝心なのは、「オール電化をやっています」という宣伝をケーブルテレビ局やコミュニティーFM局に任せきりにするのはなく、その活動自体を自店の販促活動の中で紹介していくことです。

考えてみてください。「うちは折り込みチラシを打っています」といくらアピールしても弱いでしょう。しかし、ケーブルテレビやコミュニティーFMなら、お客と話すきっかけにもなるのではないのでしょうか。

現在チラシさえまけばお客さまが来ていただけるほど世の中甘くはありません!総合的なプロデュースの時代に来ていますし、今まで大企業しかできなかったものが、価格が下がったことで中小企業でも使えるようになったものを有効活用しない手はありません。