

広告や販売促進に関する情報とノウハウをお届けする

# 月刊 広告・販促情報 2月号

企業が勝ち抜いていくためには、広告や販売促進のスキルアップが必要です。この冊子では広告物に焦点を当て、成功するための広告ノウハウや販促情報をお届けいたします。

## 今月お届けする広告・販促情報

- 1、松下幸之助の無料お試し
- 2、プレスナビ熊本
- 3、あったか商品「山忠」のチラシ
- 4、ユーキャンのマーケティング
- 5、小予算からはじめるインターネット活用法

事務所の衣替えをしました。部屋の中に5つあった机のうち3つを廃棄し2つにし、椅子も3つから1つにしました。机を移動し本棚を壁面一面に作り空間を出来るだけ広く取りました。

会社を立ち上げて3年半の間に本や資料などが山積みで整理がつかなくなりつつあったのですが、整頓されて非常にすっきりしました。何か気の回りがよくなったように感じます。ストレスが減り、落ち着きのあるスペースが出来上がりました。

今、ベストセラーになっている舛田光洋さんの「3日で運がよくなるそうじ力」を実践したような結果になりました。片付くまでほぼ3日間仕事にならなかったのも、一時は不安もありましたが、終わって1週間たった今、本当に仕事の効率がよくなりました。

何につけても、同じ状態に踏みとどまらずに前向きに変えていくということがとても重要に感じます。仕事にしてみても、好奇心をもって新しいことにチャレン

ジもせずに、旧態然と同じことばかり繰り返しては展望は開けません。ここぞと思ったときには行動することが、結果的に自分や会社にメリットをもたらします。

大いに新しいことにチャレンジしたいものです。

### 1、松下幸之助の無料お試し

先日、PHP研究所編 永久保存版「松下幸之助の見方・考え方」を読みました。マーケティングに関連する非常に感銘深い話がありましたのでご紹介します。

今からかれこれ82年前の大正12年に松下幸之助氏が完成させた砲弾型電池式自転車ランプの販売についての話です。

当時の電池式自転車用ランプは寿命が2～3時間で故障が多く、問屋筋には不評をかっていました。そこで幸之助は多くの試作品を作り30～40時間も点灯する斬新なデザインの製品をつくったのです。

ところが「電池式ランプはだめだ」という強い先入観を持っていた問屋は、どんなに熱心に説明して回っても取り合ってくれません。

そこで「問屋が取り扱ってくれないのは製品の本当のよさを理解していないからだ」と考え、直接小売店に無償で置いてまわりました。実際に使ってもらうことによって、納得すれば買ってもらいだめなら買わなくてよいという異例の方法をとったのです。だめだった場合は工場閉鎖というまさに背水の陣でした。

結果は大成功し、その真価を知った小売店から次々と注文が入り、翌年には月1万個も売れる主力商品に成長したのです。

この「無料お試し」という手法、今では当たり前のように行われていますが、82年前は、人から見れば大博打もいいたころだったのでしょ。

しかし、松下幸之助はこの手法を単にテクニックとして使ったのではないような気がするのです。

売らんがために無料で貸し出し恩を売るのでではなく、真にこの商品のよさをわかってお客様に使ってほしいという思いが、この行動に向かわせたといわざるを得ないのです。

本来、無料お試しとか返品保証というのは商品に自信があつて初めて出来るものです。

皆さんの商品やサービスは無料で貸し出したときにお客様が「絶対にほしい」と懇願してくるような商品でしょうか？

モノやサービスの多い今だからこそまが

い物ではなく競争力のある本物の商品が求められているような気がします。

皆さん、もう一度胸に手をあてて売らんがための商品（サービス）ではないかどうかを自分自身に問い掛けてみてください。

## 2、プレスナビ熊本

「プレスリリース」ってご存知ですか？ 広告に頼らないゲリラマーケティングを実践しておられる皆さんなら知っていますよね。

簡単に言えば自分の会社や商品のことをマスコミに無料で取り上げてもらうこと。

万が一自分の会社や商品がテレビの全国放送や新聞の全国紙、またYahooやGoogleなどのトピックスとして取り上げられたとしたらどんなことが起きるかわかりますか？

「そんなことありえな〜い」といわれる方はここで読むのをやめていただいてもかまいません。

実はあつたんです。そのありえないことが…

プレスナビ熊本というサイトがあります。熊本県商工会連合会が昨年新しく立ち上げたサイトですが、熊本の方でもまだ知らない方がほとんどだと思います。

熊本県の観光と物産情報を全国1200社のマスコミ関係者にリリースし、報道してもらうことによって全国からの商品の引