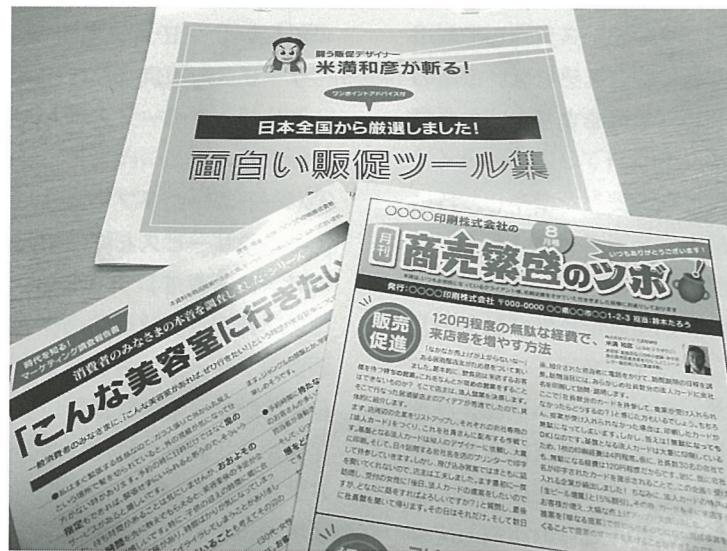


・印刷営業マンをサポート

月刊商売繁盛のツボ

アワトリメディアジャパン株（兵庫県南あわじ市、真野貴司社長）は1月20日から、営業マン支援ツール第2弾として「月刊商売繁盛のツボ」を販売開始する。印刷会社の顧客にとって有益な情報を発信し続けることで、新規取引先への継続訪問や既存客へのフォローなど、定期的な接触を図ることで、自社の売り上げ向上に繋げることができる。



毎月3点をセットで活用できる

「日本全国の中小零細印刷会社の営業マンを助けたい」という真野社長（淡路印刷㈱・社長）の想いからアワトリメディアジャパンは設立。2014年5月から営業ツール「楽Luck営業！やったる!!」の販売を開始し、現在は50社を超える印刷会社で利用されている。

真野社長は「われわれ印刷業界は顧客の販促活動をお手伝いする反面、自社の販促活動をおろそかにしている印刷会社も多い」と分析。そして「自社で毎月販促ツールを作るのは大変な手間で、すべての顧客と定期的に会うのも現実的に難しい」としたうえで、新人の営業マンでも気軽に顧客とつながり続けることの出来るツールとして、「月刊商売繁盛のツボ」を制作した。

営業マンが新規受注を苦手とする理由は何故か。それは、継続訪問が出来ないから、にある。訪問1~2回目は自社商品の説明をするものの、3回目から「話すネタ」も

なくなる。根性で訪問し続けても、会話のきっかけも無ければ気まずい雰囲気になり、少しづつ足が遠のく。これを繰り返している営業マンは多く、受注の見込みがない営業活動は人件費の無駄となる。

しかし、商売繁盛のツボを手に訪問をすれば、格段に継続訪問がしやすくなる。商売繁盛のツボを持参することが訪問の理由にもなれば、コンテンツが会話のきっかけにもなる。また、顧客には貴重な情報源を提供することになるので、とても喜んでもらい、新規受注につなげることができる。

月刊商売繁盛のツボは、①商売繁盛のツボ、に加えて②マーケティング調査報告書③面白い販促ツール集の3点がセット。毎月20日前後にillustratorデータとPDFデータが入ったCDと出力見本1部が郵送されるため、印刷して届けるだけでなく、メールやFAX（またはFAX同報サービス）などで送ることも可能となっている。

タイトル（右2枚目下部）は自由にデザイン可能

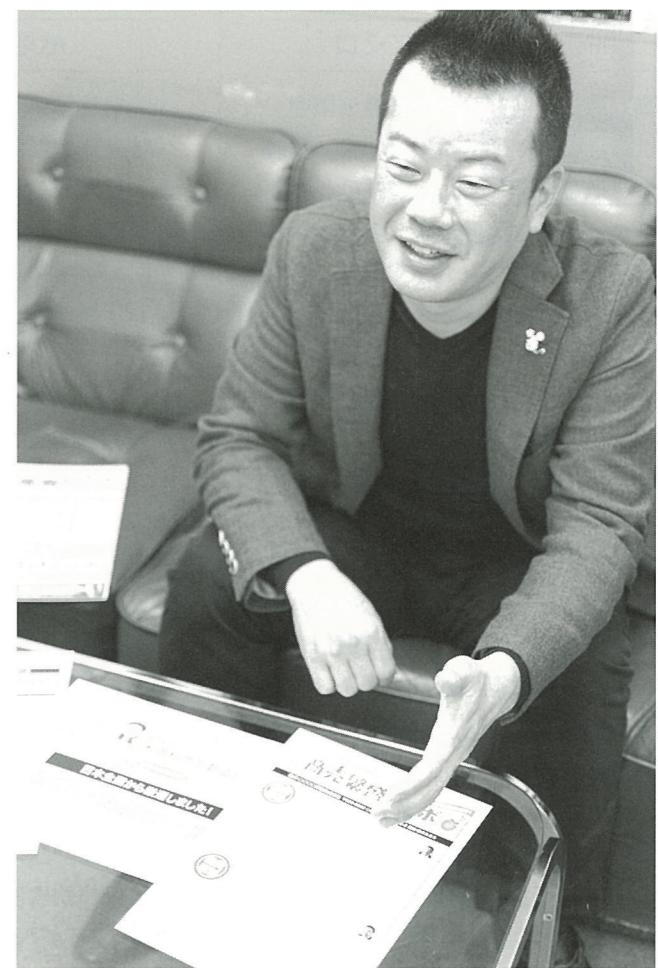
①月刊商売繁盛のツボは、A4×2枚で中小企業経営者が最も興味のある「販売促進・経費削減・WEB販促・印刷」をテーマに各界のスペシャリストが一話完結型で執筆。タイトル回りと2枚目下部をデザインすることで、自社の販促ツールが毎月簡単に出来上がる。

新規取引先には継続訪問する営業ツールとして、既存客にはフォローツールとして持参するのはもちろんのこと、これまで名刺交換のみで机の中で眠っている名刺にFAX同報サービスやメールで送ることにより、見込み客から売上につながる。

②マーケティング調査報告書は、毎月1つのテーマから消費者アンケートを行い、そのなかから有益な声を集めてレポートにまとめたもの。さまざまな業界の動向・方向性を学び、新たなアイデアを創造するとともに、現状の仕事に活かすこともできる。

調査・編集・発行元を自社の社名に書き換えて利用することが可能。

③面白い販促ツール集は全国から厳選した面白い販促ツールを毎月10個、ワンポイントアドバイス付きでお届け。



顧客接点の継続に寄与する（真野社長）

販売促進の第一人者である米満和彦氏が担当し、読むだけで「売れる広告のコツ」を掴むことができる。

受注案件を制作する際に、デザインのヒントとして案だしにも便利で、全社員で観覧してもらうことでスキルアップに繋がる。また、日本全国から集めた販促ツール集として貴重な資料になるので、その月に使用しなくても、ストックしておくことで困った際に利用できる。

「新規顧客の継続訪問や既存顧客のフォローツールだけでなく、名刺交換だけで眠っていた名刺に送れば、見込み客から売り上げにつながる。印刷会社の売上は『売上=見積数（接触数）×契約率×単価』。このなかで一番上げやすい接触数をあげることで、見積数をあげて、で売上増につなげて欲しい」と真野社長は述べた。

値段は月々9800円（税別・一括払い）。販売提携先の㈱光文堂が全国23箇所で販売している。また、エリア制度を採用しているため、全国200社での限定販売となっている。

詳細は<https://www.youtube.com/watch?v=7KQZtE284Kg>まで。