アワプリメディアジャパン営業マン支援ツール第2弾

「月刊商売繁盛のツボ」を1月から開始

「楽LUCK営業!やったる!」に続き 月額9800円で提供

中小印刷企業の営業支援目指す

アワプリメディアジャパン（兵庫県南あわじ市・真野貴司社長）はこのほど、「楽LUCK営業!やったる!」に続く印刷会社向けサービスの第2弾として「月刊商売繁盛のツボ」のサービスの提供を2015年1月20日からスタートすることを発表した。

アワプリメディアジャパンは、2011年9月に「日本全国の中小零細印刷会社の営業マンを助けたい」という真野社長の想いから設立され、2014年5月から印刷会社の営業マン支援ツール「楽LUCK営業!やったる!」の販売を開始。現在では50社を超える印刷会社で利用されている。

今回発表された営業マン支援ツールの第2弾「月刊商売繁盛のツボ」には、①商売繁盛のツボ②面白い販促ツール③マーケティング調査報告書の3点がセットとなって月々9800円（税別、一括払い）で利用できるものとなっている。

現在、印刷会社の売上としては売上=見積数（接触数）×契約率×単価と考えられるため、接触数を上げることによって見積数を上げ、売上げアップにつながられるツールとして注目を集めている。

①新規取引先に継続訪問する営業ツール②既存客をフォローし、リピート注文増大③ちょっと嬉しいプラスアルファのサービスとして活用できる。

各ツールの概要は次の通り。

【商売繁盛のツボ】

「売上げアップのために新規受注をしているけど、なかなか良い効果が得られない」といった悩みを抱えている印刷会社の経営者にとって朗報となるもの。アレンジ自由な「商売繁盛のツボ」を活用することにより、新規受注を苦手とする営業マンをサポートする。

同ツールを使って訪問活動を行えば、コンテンツが会話のきっかけとなり、訪問の理由となって格段に継続訪問がしやすくなる。

また、中小企業経営者が最も興味のある販促推進・経費削減・Web販促・印刷といった4大テーマに関するノウハウも記されているため、貴重な情報源としても喜ばれる。

このほかにも、メールや郵送、FAX（またはFAX同報サービス）で送ったり、毎月の請求書に同封することで既存客のリピートのみで、机の中に眠っている名刺に送付することで、見込み客から売上につなげられる。

▽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活用することでリピート注文が増える。

【日本全国から厳選された「面白い販促ツール集」】

全国から厳選したツールを毎月10個、ワンポイントアドバイス付きで届けるもの。読むだけでも販売促進のスキルが上がる効果がある。社内に複数のスタッフがいる場合には毎月閲覧形式で読むことで「売れる広告のコツ」が掴める。

それ以外にも、受注案件を制作する際のヒントとしても活用できる。ゼロから「売れる広告」を作ることは難しいが、見本集があれば、各ツールの魅力的な広告が作れる。実際にあった広告の良いとこ取りをすることで会社全体のスキルアップに活用できる。

主な特長は次の通り。

▽受注案件を制作する際に、デザインのヒントとして案出しに便利。

▽全社員が回覧して読むことでスキルアップにつながる。

▽日本全国から集めた販促ツールのため、貴重な資料となる。

▽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活用できる。

【時代を知る!マーケティング調査報告者】

毎月1つのテーマで消費者アンケートを行い、その中から有益な「消費者の声」を集めてレポート化し、営業ツールとして使えるもの。

さまざまな業界の動向・方向性を学び、現状の仕事に活かせられ、異業種のノウハウを知ることで今までにはない発想（アイデア）が生まれ、そこから売上げアップや新事業の可能性を生み出す。

主な特長は次の通り。

▽消費者の生の声を知ることで、マーケティングセンスを磨ける。

▽新規の取引先や既存客への継続訪問ツールとして活用できる。

前述の通り、自社で毎月販促ツールを作るのは時間もコストもネタ集めも大変であるが今回サービスの提供が開始される「商売繁盛のツボ」を活用することで、中小印刷会社が繁盛していくものとして期待されている。

すでに、アワプリメディアジャパンでは販売活動を展開しており、現在では約50社が契約している。

なお、今後の販売については販売提携をしている光文堂（名古屋市中区、讃岐秀昭社長）が全国33カ所で行うこととなっており、エリア制度を採用して全国200社に販売する予定となっている。

「楽LUCK営業！やったる！」の紹介パンフ