



# リニューアル版 ラップニュース

VOL.108

2012.3.1

発行：ラップ東京有限会社

<http://www.raptokyo.co.jp/>

(無断転載厳禁)

◎ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。バックナンバーは [www.raptokyo.co.jp](http://www.raptokyo.co.jp/) から

## 「興味のない看板」

ちよつとした縁があり、通い始めた整体院があります。最近はいバルの整体院が近所に増えてきて、なかなか患者さんが増えないという話を伺いました。病院や歯医者というのも同じですが、何となく行きそびれてしまう、というのが患者の立場のようでニーズはあるようです。そんな患者さんの背中を押して来院してもらえとお願いなのですが、とのこと。それでも、「またご利用ください」といいにくい業種のため、集客も難しい面があるのかもしれない。

先日、久しぶりに何うと「昼休みにポスティングをすることにしました。」とのこと。近所の航空地図をブロックごとに分けて、毎日数十通程度をランニングしながらポスティングし、町の風景も観察しながらいくそうです。患者さんがリラククスして会話をできるようにするために近所のことを話題にするとか。広告をまきながら同時に情報収集も行える、待っているだけでは何もはじまらない、といった感じでしょうか。

ポスティングやダイレクトメールは一般的に反応が鈍いといわれ、継続しないと成果が出ていくため時間やコストがかかり、計画的に行なっている会社はあまり多くないようです。それでも、すぐに集客に結び付かなくても自社の存在やサービスを知らせてもらうという効果はあると思います。

いつも車や徒歩で通っている道でも、自分に関係のないものには気づかないものです。例えば、肩こりの悩みのない人には整体院の看板は目に留まらないでしょう。街道沿いに「美容院」が何件あるかご存知ですか？解体されて更地になった場所に「あれ？どんな建物があったかな？」と以前の風景を思い出せないという経験をした方も多いと思います。自分が興味のない、関係のない

ものはあまり印象に残りません。自社の商品やサービスにも同じことがいえると思います。地味な広告活動でも、今は必要としない方の印象に残れば成果有りといえるのではないのでしょうか。費用とのバランスを考えながら、必要になったときに自社を思い出してもらえよう継続して行うことが重要だと思えます。特に競争の激しい商品やサービスは競合他社も常に同じように攻めているわけですから。先程の「興味のない看板」と、見過ごされたいために、目に留まり、自社を知ってもらえるような動きも必要だと思います。最近は何もがパソコンを普通に使い、簡単なチラシやホームページなら自分で作ることができます。しかし時には、似たような商品やサービスの中から、お客様が「おっ！」と思ってもらえるような広告的要素（デザインやキャッチコピーなど）を訴求していくことも必要なことだと思います。さて、先程の整体院ではポスティングを5000枚配布したようです。果たして患者さんが増えたのでしょうか。そんなに早く結果が出るとは思えません。が、誰がみても正しい行動だと思えますので、いずれ必ず結果がついてくる：それは「太陽が東から昇る」と同じ自然の法則だと私は考えています。

## ご案内

- ロゴ制作（原本マニュアル）
- ホームページ制作・運営
  - ・ドメイン取得からレンタルサーバーの手配、管理
  - ・ホームページの企画制作
  - ・ホームページの文章作成、表現の仕方ははじめ、写真やイラストなどお困りのことはありませんか？

■広告やチラシ、会社案内の作成

■御社オリジナルのA4 クリヤファイル、A4 ポケットフォルダ、社便箋、名刺などの作成

まずはお気軽にご相談ください！  
ラップ東京まで TEL:042-349-3535

■ラップニュース読者の皆様へ。  
ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。  
<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますのでよろしかったらご意見をお聞かせください。