

広告もホームページも単体では動かない？

販促を “売れる導線”に変える 5つの顧客ステージ攻略法

「点」から「線」へ

バラバラな施策がつながり

売上が伸び続ける仕組みづくり

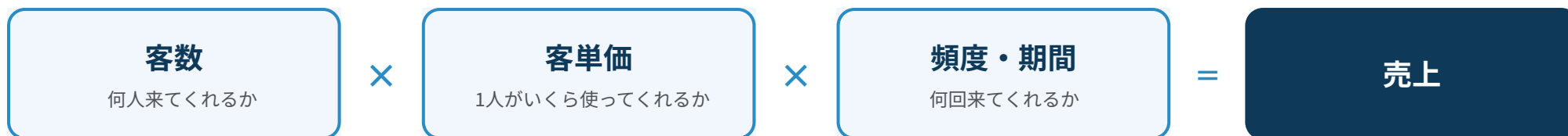


この先に、
どんな未来があるか？

——
その答えはここの中に！

売上は3つに分けられます お客様との関係が深まれば、客数が増えます

「売上を上げたい」と考えてしまうと、どこから手をつければいいのか決まりません。
売上を3つに分けることで「どの部分を上げていけばよいか」が考えやすくなります。



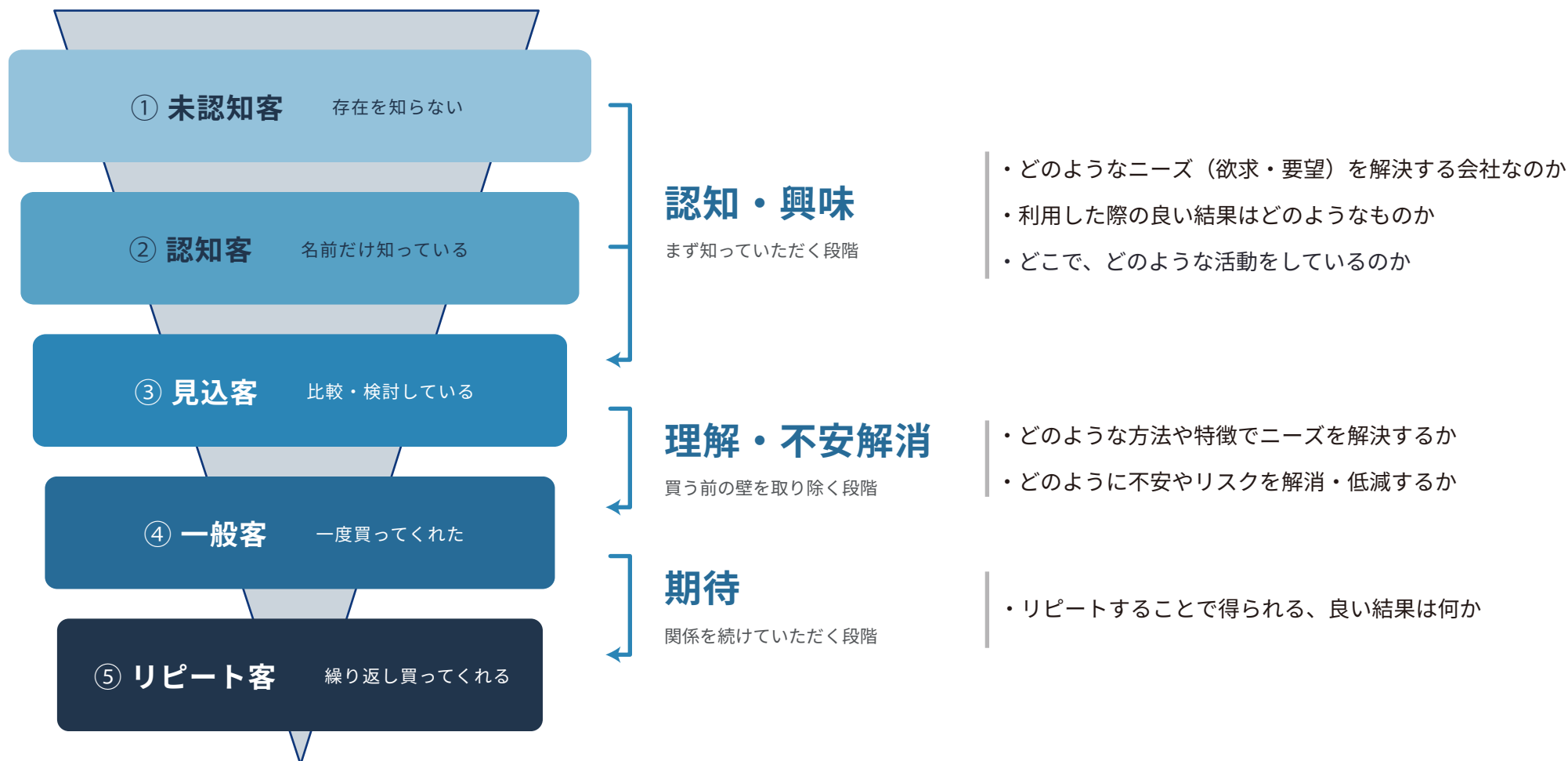
関係を深めるためには、まずお客様の段階を知りましょう

客数を増やすというのは、御社をまったく知らない人に、お金を払っていただける関係になっていただくことです。
その関係は、必ず順番に深まります。店の前を通っただけの人が、いきなり常連になることはありません。



お客様の段階によって、伝える内容は変わります

お客様がどの段階にいるかで、伝えるべきことは変わります。御社をまだ知らない人に「選ばれる理由」を並べても読まれませんし、購買を迷っている人に会社の名前を繰り返しても決め手になりません。**お客様の段階にあった話をして、はじめて次の段階に進んでいただけます。**



どの販促方法が、どの段階に効くのかを知りましょう

印刷物、ホームページ、SNS、広告。これらに良い悪いはありません。**得意な段階が違うだけ**です。

下の表では、御社が、お客様の段階に応じて、どの販促方法を使えばよいかを知ることができます。

分類	販促方法	①未認知 ▶②認知	②認知 ▶③見込客	③見込客 ▶④一般客	④一般客 ▶⑤リピート	向いている使い方
印刷物	チラシ	●	●	—	—	地域を絞って、存在を知らせる
	パンフレット・カタログ	—	●	●	—	迷っている人の不安をなくす
	ポイントカード	—	—	—	●	再来店の動機づけ
	ダイレクトメール	—	—	—	●	封を開けなくても目に入る。 お礼や案内など、一言の接触に
インターネット	ホームページ	—	●	●	●	比べられたときの受け皿になる
	SNS・ブログ	●	●	●	●	続けて触れてもらい、忘れられない
	ネット広告・検索広告	●	●	—	—	短い期間で、知る人の数を増やす
人と対面できる場	展示会	●	●	●	—	一度で複数の段階を進められる
	セミナー	●	●	●	—	関心のある人に、さらに理解してもらう

※すべての媒体ではありません。

うまくいかなかったのは、線ではなく点になってしまっていたから

「ホームページを作ったのに、問い合わせが来なかった」「SNSを始めたが、反応がないのでやめてしまった」

うまくいかなかった理由は、施策が悪かったからではありません。印刷物・ホームページ・SNSが、それぞれ単独でしか働いておらず、お客様が「知らない→また来る」と進んでいくための導線になっていないからです。

つながる「仕組み」を作ることが大切です

今まで

「売る」= 売り込み

行動の主体は売り手側。従来の考え方。

やり方

チラシを撒く、電話をかける。一つひとつが独立している。

お客様の動き

こちらが押した分だけ動く。押さなければ止まる。

やめたら

すぐに反応がなくなる。ずっと押し続けることになる。



これからは

「売れる」= 仕組み

行動の主体はお客様。流れを考える。

やり方

次の段階へ誘導するように組み立てる。つながりを生み出す。

お客様の動き

知る、気になる、比べる、買う、また買う。順番に自分で進む。

やめたら

置いたものが働き続けるため、急には止まらない。

仕組みの全体像（例：エステサロン）

個別で考えるのではなく、次の段階への誘導がつながるように意識します。業種が変わっても考え方は同じです。



御社は今、どこでつまづいているでしょうか

最後に、御社の現在地を確認してください。同じ「売上を上げたい」でも、次にやるべきことはまったく違います。

A 知られていない

問い合わせがほとんど来ない。来るのは、既存のお客様からの紹介ばかり。

→ ①未認知客から③見込み客への入口が細い状態
4ページの「チラシ／ネット広告／展示会」から

B 選ばれない

知り合いは多いのに、いざというときに声がかからない。

→ ②認知客から③見込み客で止まっている状態
4ページの「ホームページ／パンフレット」から

C 続かない

初回の取引はあるが、その後の連絡が途切れてしまう。

→ ④一般客から⑤リピート客の流れがない状態
4ページの「ダイレクトメール／ポイントカード」から

現在地の確認から、一緒に整理しませんか

「うちはA・B・Cのどれなのか」「次に何から手をつけるべきか」。
大阪で58年、企業の販促を支援してきた経験から、御社の現在地を整理します。

無料相談を試してみる

中小企業の集客・販促パートナー

セイコープロセス株式会社

WEB : <https://www.seikoprocess.co.jp/>

Mail : free-consult@seikoprocess.co.jp

TEL : 072-761-1525

「何をすれば集客につながるのか わからない」

そのような時にはぜひご相談ください。

情報が簡単に手に入る現在だからこそ、
自社がどのような想いで何をする会社なのかということを、
いかにお客様に伝えていくのが大切な要点になっています。

私たちは、池田市で創業58年。
印刷、Web、マーケティングの経験と知識を元に、
お客様の状況と課題を整理し、強みと想いを発見して
目的に合った方法を一緒に考えます。

