



ムダよ、サヨナラ～



コスト君が行く！

第4号
発行日
2009年11月15日

問い合わせは
〒550-0002
大阪市西区江戸堀1-19-23
Nagasaki BLD 405
TEL: 06-6443-2224
hkawai@assentia-hd.com
株式会社アセントシア・ホールディングス
河合まで

店舗によって販売促進費に違いがあるのはなぜ？

寒くなり、冬はもうそこまで来ています。年末商戦突入の時期です。各社各店舗は準備に忙しくなっていると思います。

私たちは仕事柄色々な店舗の損益表を目にすることがあります。その中で感じるのが、各店舗、各社の販売促進費（広告宣伝費）の金額の違いです。月間1,000万円売っている店舗でも販促費が5%台の店舗もあれば、1%台の店舗もあります。この違いは何でしょうか。5%台の店舗が1%台にすることが出来れば、より利益が出ます。

それぞれに店舗に話を聞くといくつかのキーワードがあがってきます。それは“無料利用”“効果測定”“無駄の排除”。一つ目の“無料利用”はあるカフェの話でそのカフェのスタッフがミクシーなどの無料交流サイトを通じて、友達感覚でその日にあった出来事などを記載したり、その店のイベントなどを告知して、顧客の囲い込みを行っています。そのような無料交流サイトは代表的なミクシーを初め、モバゲーの



販売促進のバイブル
ザ・コピーライティング
著：ジョン・ケープルス
訳：神田昌典
ダイヤモンド社
¥3,360円
76年前から
読み継がれた
広告宣伝の教科書

グリーなどがあります。

2つ目の“効果測定”は、掲載する広告やチラシに必ずシリアルナンバー入りのクーポンを入れて、どの媒体が一番効果があったかやどこで配布したチラシが効果があったという点を必ずデータとして残しています。掲載媒体によっては、読者層が違っていたり、地域によっては、強力な同業他社があり、効果が望めないからです。

そして3つ目の“無駄の排除”は2つ目の“効果測定”と連動しており、効果の少ない広告宣伝に関しては排除して、効果的な販促を打ち出しています。

これら3つを実践したからと言って、5%の販促費が1%にすぐにはならないかもしれませんが、試してみる価値はあります。

09年9.10月の固定費削減の結果

1. 広島	飲食店	月の削減金額	125,000円
2. 大阪	飲食店	月の削減金額	135,000円
3. 香川	飲食店	月の削減金額	50,000円
4. 大阪	飲食店	月の削減金額	35,920円

★コストニュースの配信の申込みは下記を記入下さい。

申し込み受付Fax 06-6443-2254

コストニュースメール希望 コストニュースFAX希望 無料無料査定希望 不要
E-mailアドレス _____ @ _____

会社名 _____

代表者名 _____ 役職名 _____

TEL _____ FAX _____

住所 〒 _____

家賃の無料査定



自らが運営している店舗の賃料が適正か否かを知りたいくはないですか？

**無料で賃料査定をします！
問い合わせ**

Tel: 06-6443-2224

Fax: 06-6443-2254

hkawai@assentia-hd.com

掲載広告募集中

詳細はコチラ↓
<http://assentia-hd.com>

編集記

政府が行う事業仕分けがネット中継で生で見られるので、ヒマがあれば、思わず見てしまいます。

中々激しい議論が交わされており、見ていて面白い。ザ会議という感じでした。