

PART1 小さなお店は「想い」をつなごう！

「販促」って、何をすればいい？
「なぜか売れているお店」には、一体感がある
すべての商品は「想いの入れ物」
あなたの「想い」はなんですか？
“ギャップ”があなたのお店を磨いていく
私たちが売っているのは「お客様の想い」に応えるもの
迷ったときの判断基準は「自分の想い」
「なんとなく扱っている商品」はないですか？
答えは自分の店にある
販促とは、お客様との共感を増やすための手順

PART2 想いをつなげる5つのステップ

STEP1 商品をしっかり見てみよう
商品について、曖昧な点はありませんか？
なぜ、商品スペックを曖昧にしているはいけませんか？
カタログ言葉を整理すると、マンネリから抜け出せる
カタログ言葉の確認は、お客様の想いに寄り添う第一歩
カタログ言葉だけでは安売りになる

STEP2 その商品は何を叶えるのかを考えてみよう

その商品は、お客様のどんな想いを叶えるのでしょうか？
「4WDの車」から、お客様は何を想像するか？
「自然素材シャンプー」がもたらした、予想外の効果
ひとつのシャンプーでも、いろんな売り方ができる
お客様の数だけネタがある
絞ったお客様に書けば、心をつかむキャッチコピーになる
お客様の想いを叶える「他の商品」と比較する
他業種のライバルを見つければ、値引きせず売れる
シャンプーのライバルは、シャンプーだけではない
他業種のライバルなら、パイの奪い合いにはならない
“素人”にも伝わる言葉ですか？

STEP3 お客様の「欲しい！」を探してみよう

その商品を最も喜ぶ人とは？
商品の背後には、お客様の想いがある
バットを買う子供、マグロを買う主婦の想いは何？
想いの接点を増やそう 場所を変えると想いが見つかる
時間帯ごとに想いは違う
ハンバーガーをたくさん売るには何をやる？
地域密着型だからこそ、お客様の想いを追える 人はいつも何かを欲している

STEP4 「これ、おススメ！」と提案しよう 商品を深く知る、あなたからの提案

知らないものは買えない！
単なる「露天風呂」ではなく、「星の見える貸切露天風呂」
もたらす効果や目的を実感してもらえるように伝える
写真を「残す楽しさ」「プレゼントする喜び」を提案
眺めるだけでなく、渓谷を“体験”してほしい！
どの街・どの店にも魅力はある！
あなたの当たり前は、お客様には未知の情報
知ってるものを組み合わせると、新しいものになる
「こんな人なら、こんな風に使える」を考えてみる
想いにつながったお客様なら、何度も来てくれる
商品にいちばん詳しくていちばん愛情を持っているのはあなた
まず、ひとつの商品を徹底的に提案する

STEP5 「自分の想い」を「うちのいいところ」へと磨きあげよう

商品を気に入ってもらっただけでは不十分
想いをお店全体に行きわたらせよう
商品の背後にあるお客様の想い・自分の想いを振り返り、強みに変える
従来の「商品カテゴリ」に惑わされるな
売り場面積を半分以下に減らした果物屋さん
誰もが満足できる幸せな商売

PART3 ブログを書いて想いを知らう・想いを磨こう！

書くことで、いろんなことに気づく
なぜ、ブログはうまくいかないのか
アクセス数アップは考えない
日記や手帳ではダメ
DM、チラシ、POPよりもブログが適している
0円で情報を整理し、想いを発見しよう
日々の仕事の中に組み込む
ブログなら、無料で想いを整理できる
ブログ + ローコストチラシで何度も試そう
チラシやHPで販促する前にやるべきこと

地域で愛されるお店のブログ集



同文館出版より
今年発売になりました！
1,400円（税別）

「販促はじめての一步」購入希望の方はいつでもお声かけ下さい。



「販促はじめての一步」
オフィシャルページ
<http://sales-promotion.pw/>

常時移動販売しています
問合せ～0120-414378



小さなお店の店長さんはもちろん！
大企業の社員さん、行政書士の先生、NPO 役員さん、
学生さん、お客様目線の主婦の皆さんも読んでます。
続々と感想をいただいています、ありがとうございます。

「販促はじめての一步」を読んでいただいた皆様からの声を、一部をご紹介します。

Tさん
「田舎の商店」と書かれていますが、私は大型店、大企業、都心部の会社、
全てに通ずる内容だと思います。なんで私の仕事はうまくいかないんだろ
う？と壁にぶち当たっている貴方にお勧めします。

Iさん
小さなお店のための本となっていますが、大きな組織の一員である私も読
んでみてあっと思うことがたくさんあります。
商売や仕事が楽しくできて、うまくいくようになります。そのための本です。
一生懸命やっているつもりなのに、なんだか苦しい。
そんなお店や、その他いろいろな立場の方にぜひお勧めです♪

Kさん
数年前からお世話になっている地域密着型メーカーの中沢さんが本を
出版されました♪
何かをはじめたい人にぴったり☆事例紹介で分かりやすい内容になってい
ます。

Hさん
色々なヒントが書かれています。
自分とお客様の「想い」、(´▽`)/
たくさん学ばせていただきました m(__)m

Sさん
ここまで解りやすく落とし込んだ客目線本はさすが地域密着型マーケッ
ター

Sさん
販売促進について小さなお店のために書かれたビジネス書ですが、僕の方
のような物を買う側の人間にも「なるほど」と感じる気付きが盛り沢山です。
魅力的なお店は、こんなところが違っているのか！！

Aさん
ありきたりの販促本ではなく、地域密着の小さなお店の販売促進に絞った
実在的を得た一冊に仕上がっています。購入してからあっという間に読み
終わりました。
中沢氏は、那須塩原市で小さなお店に対する販売戦略のアドバイスなどを
多数行ってきた実績がありその経験、体験をまとめたのがこの一冊である。
文中、「答えは自分の店にある」と書かれているが、まさにその通りだと
私も思います。
売れない店の店主、業績不振の会社の経営者が口をそろえて言う



世界最大級のネット書店
Amazon なら送料無料！
明日読みたいなら！



Tポイントも貯まる
TSUTAYA オンライン
でお得に買う！



不在がちで宅配の受取が面
倒な方は、近所のセブンイ
レブンで受取れます。

「販促はじめての一步」発売記念キャンペーン

10冊以上お買上で **講演料無料**

「販促はじめての一步」を10冊以上購入の団体・グループ様へ
日本全国どこでも交通費等のみで、約2時間の講演いたします。

※先着10団体様限定。講演の希望日時等はお相談下さい。

栃木県内なら！

5冊以上お買上で **講演料無料**

読んでいただいた方が「友人知人にも読んでもらいたいから～」と
2冊・3冊追加購入してくれる方が何人もいて嬉しいかぎりです！



不景気だからとか外部環境が悪いからという言葉
この言葉を行っているうちはやはり業績は良くなりません。
是非、そういう方々にオススメの一冊ですね。
読めば必ずヒントがあると思いますよ。

Nさん
個人事業主なので、販売促進のわかりやすい本を探して買って読みま
した。

どこの企業にも必要な販促について書いてあるのですが、わかりやすく、
1ページの文字数も少なめで、イラストも多めにはっていて、特に零細
な企業に役に立つように書いてあると思います。特にプロログが読みや
すい物語風になっていて、そうそうと思いつながら中身に入っていきます。
個人事業主や零細企業では、販促に専門の人を雇えるわけでもないし、5
ステップできるといって私もできそうな気がします。

howtoがのってて参考になりますし、業種別にどうするか書いてある
のは親切。近い業種を参考にできそうです。
その上実例が写真入りで載せてあるのでイメージが湧きます。ブログの使
い方はご指摘通り間違っていました。
そう、初心を忘れがちでした。何度も出てくる想いという言葉が大事なん
だと思いました。
本のタイトルの通り、最初に一步を踏み出したい人にはよいと思います。
きっともう一步が踏み出せそうです。

Sさん
あらゆる立場の方のヒントになる本だと思います
「販促」といえば、販売関係の仕事に就いていない方々にとってはピンと
こないこともあるかもしれません。
だけど、この書籍は、幅広いジャンルの方々や、あらゆる立場の方々にも
ヒントとなるのが満載だと思います。
芸術家、教育家、研究職、政治家、製造業、公務員・・・
あるいは、家庭では夫、妻、親、子・・・
「お客様」を、それぞれ相応しい呼び名に置き換えてみれば、この書籍を
何十倍も味わえると思います。
かく言う私も、今は販売職ではないですし、いくらビジネス書に関心があつ
ても、この書籍にめぐり会っていたかどうかは分かりませんでした。
ただ、ありがたいことに、この書籍に出逢うことができました。
本当にラッキーです♪
私のこの感動が「縁」となって、たくさんの方にこの書籍を味わって
いただきたいです。