

MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

### ブランドストーリー戦略

右掲は、弊社が考えるブランドストーリー戦略の概念図です。一口にブランディングと言いますが、お客様に「〇〇ならどこそこ」と自社に拘って頂くのは難しい事です。個人的に、例えば、回転寿司でも家族と行くなら「くら寿司」友人と行くなら「大紀水産」という風な使い分けをしていますように他にも多くの回転寿司がある中で選んで、「価格」ならば「くら寿司」ですが、「価値」の点ではネタが良質&ボリュームによる満足で「大紀水産」としているのです。このように個人でも色々なブランドを使い分けしている状況なので、企業のブランディングは一筋縄ではやっていけないのです。

そこで重要なのは「5つのチェックポイント」です。ユーザーは「価格」や「価値」でブランドを決めるが、販売側は、まず、ターゲットを絞って「同質」という事に焦点をあてる訳です。弊社が使用するリストツールはキーワードで絞り込めるので効率の良いマーケティングの第1課題をクリアします。次に「親身」という事が重要です。右掲の「イダリング」では「こんな事で困って・・・」と語りかけるようにしています。その次は「安心」で、例えば、右の例では、商品のイラストと企業マスコットを入れており、一目である程度の情報を確認できるようにして商品の詳細を読むようを勧誘するようにしています。

最近では、SNSが盛んでSIPS (Sympathize: 共感する、Identify: 確認する、Participate: 参加する、Share&Spread: 共有・拡散する) 時代とされています。

ブランドストーリー戦略

目指す世界 (著眼大局) / 3回安定10回固定の原則 / 現実の世界 (着手小局) / とりあえず

5つのチェックポイント

ユーザーの視点	価格	価値	安心	親身	同質	供給側の視点
---------	----	----	----	----	----	--------

突然のFaxで失礼します。特設品が得意のコムエール・フジサワから読み止めの定番をご案内

### イダリング

こんな事で困っておられませんか?

- 底に輪軸済みだが分解せずに読み止めを行いたい
- しかし、スペースに余裕がなくWネットは入り
- 一般の工具でガンガンに取り付けたい
- カンタンに解体や組み立てができませんか

### FaxDMで行なう共感マーケティング

つまり、「共感」がキーなのですが、SNSでは写真や動画を使って興味を惹きやすくする工夫をして「共感」の確率を向上させています。これをFaxDMで起こすには、先の例「イダリング」ではマスコットのねじちゃんを使って、マスコットが語り掛ける工夫をしたのです。そして、「こんな事で困って・・・」とお客様の関心フィルターを通過しやすくしています。何事も「真実の瞬間」(最初の数秒)が大切です。最近では、Faxでもメールでも受信量が多いので数多くの情報の中から選ばれる為に、ファースト・コンタクトの時点で「関心フィルター」を通過する事が大切です。特に、FaxDMはオープン状態で着信するので目に入り易い特性を持っていますので、一目で概略が分かる事で「安心」を誘って手に持って読んで頂くようにデザインする事でFaxで行なう「共感マーケティング」の第一関門を突破できます。

ブランドストーリー戦略の概念にも描いていますが、「とりあえず」の視点でお客様が取り組み易い情報から始めて「受け入れる」心理を醸成する事がポイントです。「とりあえず」という身近な物からコンタクトを始めて、順にレベルをアップする事で「ザイアンスの法則」のように接触回数に応じて認識度が高まって行くのです。逆に言えば、いきなり敷居の高い商品でコンタクトを行なうと拒否反応が刷り込まれるので、それを払拭するには大きなエネルギーが必要になります。ホントに「真実の瞬間」というファースト・コンタクトで関係性が決まると言えますので、商品などをよく吟味する事がポイントになります。

このようにしてFaxDMを継続するとお客様の認識が変わり「〇〇なら・・・」とブランド化するのです。敷居の低い商品から始めて順にレベルを上げて行くというストーリーでブランディングを展開するのです。故船井先生は「3回安定10回固定の原則」と教えて下さいましたが、少なくとも「3回安定」の段階では敷居を高くしないようにして、それらの商品で継続取引が可能になるようにする基礎固めが重要になります。こんな風にブランドストーリー戦略を進めます。

### ワンポイント・アドバイス

今回、FaxDMで行なう「共感」マーケティングを取り上げました。SNSの時代ですが「温故知新」で企業なら100%普及の媒体のFaxで行なう弊社流のやり方をご紹介します。重要な事は、数多くの情報の中に埋没しない工夫がポイントです。マスコットは一目で分かる重要な要素であります。商品だけではなく、企業を認識するツールとして重要なのでマスコットを制作される事をお勧めいたします。