

【もしも私が営業マンだったら！】

私は思っていることをストレートに言えないようです。40年間、建材の仕事をしたのですが、「買って下さい」の言葉がすぐには出ませんでした。断られるのが怖かったのでしょうか？

さて、思わぬ物が出てきたため、従来の訪問営業の形が減少した中、ニュースレターは今後益々、関心が寄せられるのではないかと私は思います。もしも私が営業マンだったら、ニュースレターを多いに活用しますね。

例えば、100人のお得意様（お店・会社・人）にハガキを出すのです。裏面は印刷で、自分のことを書きます。最近の出来事（面白かったこと、驚いたこと、失敗したこと）その他、何でもいいのです。自己紹介を入れるとハガキ名刺になりますね。

表面は手書きで住所と名前とメッセージなどを書きます。感謝の気持、お知らせやお願いでもいいと思います。ハガキをポストイン、経費は7000円以下で収まります。もしも100軒の得意先を回るとしたら5日はかかり、会えない場合もありますね。ハガキは封書の手紙と違ってオープンなので、他の方に見てもらえる効果もあります。

先方が忙しくて時間がとれない時にいい、記録に残る、インパクトがある、お願い言が言いにくい時に最適、などの利点がありますね。その他にも様々な効果があると思う今日この頃です。（元気便り 2022年1月19日）

【ファン作りのヒントがニュースレターの中に】

前職の建材店時代には、縁あって東京や千葉の工務店と知り合い、工務店の勉強会グループにも入り、情報発信などの勉強をしていました。やがて、地元島根で工務店対象の勉強会を思いつき、講師を呼びました。

そんな私なので、今朝の新聞折込の大手ハウスメーカーのチラシを興味深く読みました。特に注目したのは施主と担当者の声でした。字は小さいのですが興味ある方は目を光らせて読まれると思います。この部分はまさしくニュースレターだと思いました。

さて、一般的に世の中の大部分は売込チラシなのですが、売込が少ないと言われるニュースレターを上記のようにチラシ・DMの中に入れると、より優れた効果的な物になると思います。例えば、商品との出会いやできるまでの苦労話を物語風に、またスタッフの顔写真や思いなど。ちょうど年賀状の中に、手書きで一言二言書いてあるとその部分はとても興味深く読まれるのと似ています。

昔からモノを売るより人を売れと言われますが、ファン作りのヒントがニュースレターの中にあるのではないかと思う今日この頃です。（元気便り 2022年10月9日）

元気ニュースレター研究会 お役立ち屋 大島健作
〒699-1221 島根県雲南市大東町飯田53-4
Eメール kensaku.ohshima@gmail.com

090-8996-0850

このハガキはコピー自由です。どんどん広めて

もらえると喜ぶます。またサイトの情報館にて印刷可能です。

