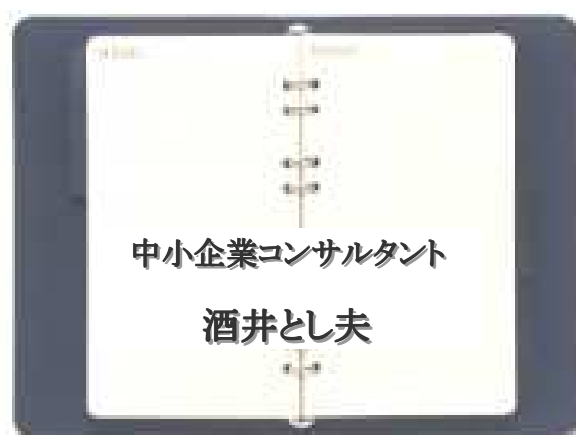


法人営業に利用できる！！
効果的でカンタンな
ニュースレターの作成法



『ニュースレターを出せば新規客の獲得が楽になり、既存客に喜ばれることは分かっている。でも、そのニュースレターが書けない・・・。』

そんな、あなたに法人営業に利用する企業が増えている効果的でカンタンなニュースレターの作成法をお教えします。



こんにちは、酒井とし夫です。初めての方もいらっしゃると思いますので、最初に6行だけ私の自己紹介をさせてください。私は広告・販促・印刷に関わる業界で20年近く仕事をしてきました。下記の広告・販促関連の本も出版しています。



■Amazon マーケティング部門
第1位獲得



■Amazon 広告部門
第1位獲得



■中国語翻訳版
中国科学技術社刊

また、メルマガでは「1分で学ぶ!小さな会社やお店の集客・広告宣伝・販促」を発行しています。現在、2万7015名の読者の方がいます。(平成22年04月時点)

そして、全国の商工会議所や法人、会計事務所で中小企業向けに経営戦略・集客・広告・販促に関する講演会も行っています。



このレポートはそんな私が法人営業を行っている小さな会社やお店のために書きました

た。

おそらくこのレポートをお読みのあなたは私の書籍や、メルマガ「1分で学ぶ!小さな会社やお店の集客・広告宣伝・販促」、あるいはブログ「集客方法とキャッチコピーと広告宣伝の秘訣」や講演会からこのレポートのことを知り、お読み頂いているはずで

す。

そのため、すでにご存知だと思いますが、今、急成長している会社やお店の多くがお客様さんに**ニュースレターを定期的に配布**しています。

でも、実はその多くは自社でオリジナルのニュースレターを 作成しているわけではありません。

ニュースレターを出せば新規客の獲得が楽になり、既存客に喜ばれることは分かっていますが、毎日の仕事が忙しくて定期的にニュースレターを作っている時間がないからです。

そのため、多くの会社やお店は**テンプレート(ひな形)**を利用しています。ニュースレターのテンプレート(ひな形)とは、予め用意されたひな形のネタを使用しながら、自分のあいさつ部分だけを自作して、自社のニュースレターとして発行しているのです。完成までの時間は毎月わずか10分~20分程度です。

右の写真はある会計事務所が顧問先企業に配布しているニュースレターですが、これはテンプレート(ひな形)を利用して作成しています。



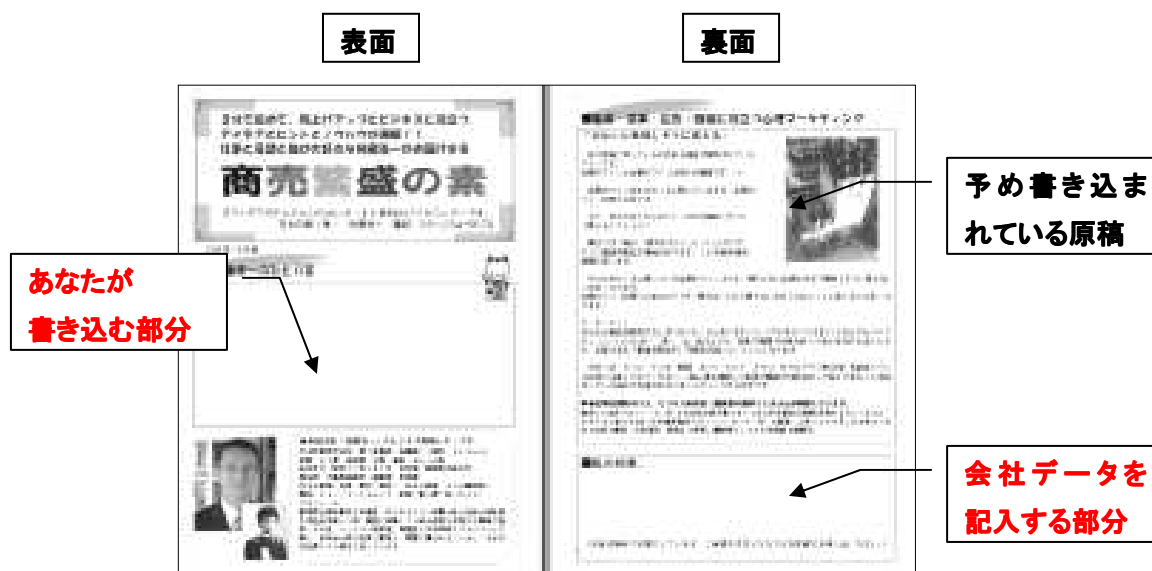
そして、世の中にはこのような企業向けのテンプレート(ひな形)を提供している会社があります。

インターネットで「ニュースレター テンプレート」で検索すると、テンプレート(ひな形)を提供している会社を調べることができます。

そして、このようなテンプレート(ひな形)はワードやエクセルで提供されていることが

多いのですが、あなたは「自社用書き込む部分(社名や発行人名、あいさつ部分の記事)」だけを書き込めば、他の原稿部分は書かなくてもよいのです。

例えば、あなたがA4裏表のニュースレターのテンプレートを利用した場合には、あなたが書き込むのは下記の赤い文字で示した部分だけです。



あなたは「あなたが書き込む部分」と表記されているあいさつを書き込む箇所と、裏面の「会社データ(会社名や住所や電話番号等)」欄を記入します。

それ以外は予め記事が書き込まれているので、これをそのまま「自分のニュースレター」としてお客さんへ配布できるのです。これが一般的なテンプレートの使い方です。

このようなテンプレート(ひな形)を利用するとあなたが「忙しくて時間がない」場合でも「ネタが続かない」場合でも、定期的にニュースレターを継続して発行することが可能になります。

※但し、注意点がありますので、それは次ページで説明します。

定期的にニュースレターを発行している会社の多くがこのようなテンプレート(ひな形)提供サービスを利用しています。このようなサービスはおおよそ毎月1万2千円～2万円程度のサービス料金で利用することが可能ですから、手間と労力を考えたら非常に割安です。

但し、法人を相手に営業を行っている会社やお店がテンプレート(ひな形)を利用する場合に注意すべき点がありますので、それを次に説明します。

■あなたや社員の方がテンプレート(ひな形)を利用する際の注意点

あなたやあなたの会社の営業マンの方、社員の方がこのようなニュースレターのテンプレート(ひな形)サービスを利用する場合には注意すべき点があります。それは次の3点です。

①自社のターゲットとするお客さんが喜ぶ記事、お客さんに役立つ記事、お客さんが欲しがる記事が書き込まれているテンプレートサービスを選ぶこと。

②月に2～4回配布できるネタがあるテンプレートサービスを選ぶこと。

③テンプレートは「会社通信」ではなく、「個人通信」として配布すると好意の形成に効果があるので、差し替え部分には「営業マン一人ひとり」のプロフィールや写真が書けるようになっているサービスを選ぶこと。

この3点はとても大切なことなのでそれぞれについて詳しく説明しましょう。まず、①について説明します。

あなたもインターネットで調べると分かりますが、実はテンプレート(ひな形)を提供している会社の多くが「工務店向けのニュースレターのテンプレート」「病院向けのニュースレターのテンプレート」「主婦向けのニュースレターのテンプレート」というように特定の業種やターゲットに向けたテンプレートを発行しています。

当然ですが「工務店向けのニュースレターのテンプレート」は主に「工務店」が地元の見込み客や既存客に向けて配布するものですから、**ニュースレターの配布ターゲットは家族**になります。そのため、テンプレートに予め書かれている「記事」は**生活ネタや子どもネタ**になります。

同様に「病院向けのニュースレターのテンプレート」は主に「歯科医」や「内科医院」などの開業医が地元で配布するものですから、**ニュースレターの配布ターゲットは高齢者や子どもを持つ親**になります。そのため、テンプレートに予め書かれている「記事」は**健康ネタや子どもネタ**になります。

「主婦向けのニュースレターのテンプレート」は美容室などが**主婦向け**に配布するものですから、テンプレートに予め書かれている「記事」は**料理ネタやファッション、芸能人ネタ**になります。

ここであなたに注意して頂きたいのは次のことです。

『法人営業を行う会社(印刷会社、制作会社、広告代理店、保険代理店、税理士事務所、行政書士事務所等)の取引先企業の業種は多岐にわたるので**どんな業種の取引先でも役に立つ情報をネタ**にしなくては**いけない**。

それでは、あなたの取引先のように様々な

業界に属するお客さんに役立つネタとしては

どんな内容の記事が良いのでしょうか？

それは「**広告**」「**販促**」「**マーケティング**」「**経営戦略**」「**社員教育**」「**ビジネス心理**」といった**ネタ**になります。

どんな業種であってもどんな職種であってもこれらの分野に関するビジネスネタは必

要な情報だからです。

例えば、簡単な事例を挙げると次のようなビジネスネタです。

『一番』

質問です。「日本で一番高い山は富士山ですが、二番は？」

質問その2です。「日本で一番大きな湖は琵琶湖ですが、二番は？」



さて、あなたは答えが分かりますか？この質問をすると30人に一人くらい正解を答えます。でも、ほとんどの人は答えられないです。それほど二番手というのは印象に残らないのです。そして、相手の印象に残るためには「**一番であること**」が大切だという事が分かります。

ということは「当社は印刷品質には絶対の自信があります。」と言うよりも、「当社は新潟県で一番北に位置する印刷会社です。」の方がお客さんの印象に残ることになります。

日本で一番北に位置するなら北海道の宗谷岬に会社がないとだめですが、「埼玉県で一番北にある人材派遣会社です。」「長野県で一番北にある旅行会社です。」なら、「限られた(限定された)条件」の中では「一番」と名乗ることができます。このように限られた条件の中で一番であることを「**限定条件下の事実**」と言います。だから、あなたの会社やお店の「一番」を探して、それを自社のキャッチフレーズに使うとお客さんの印象に残りやすくなるわけです。

「でも、うちみたいな小さな会社にナンバーワンなんて無いよ。」という方がいますが、全国で一番でなくてもいいのです。村で一番でも良いのです。商品の品質が地域で一番でなくてもいいのです。お辞儀の角度の深さ、社歴が市で一番でもいいのです。従業員数一番でも、メニュー数が一番でも、狭さが一番でもいいのです。

小さなことでもいいから自分で「一番」「ナンバーワン」を作ってそれを訴求すると、あなたの会社やお店は富士山や琵琶湖のように相手の印象に残ります。小さなナンバーワンを目指しましょう。

(※ちなみに冒頭の質問の答えは・・・「北岳」と「霞ヶ浦」です。)

上記のような「広告」「販促」「マーケティング」「経営戦略」「社員教育」「ビジネス心理」といったビジネスネタは小売店でも、メーカーでも、IT 企業でも、工務店でも、会計事

務所でも、人材派遣会社でも、建設会社でも、スーパーでも、飲食店でも「**どんな業種でも役立つビジネス情報**」になるからです。

そのため、あなたやあなたの会社の営業マン、社員の方がニュースレターのテンプレート(ひな形)サービスを利用するなら、このような「**どんな業種でも役立つビジネス情報**」を記事としているサービスを選んだ方が良いということです。

次に②の「月に2~4回配布できるネタがあるテンプレート(ひな形)サービスを選ぶこと。」について説明します。

法人営業の特性として有望な見込み客の元へは月に1度程度の訪問では、その会社から仕事を発注してもらう可能性は低くなります。

できれば月に数回は定期訪問をして「**おっ！ちょうどいいところに来たね。この見積もり出せる？**」という声が掛かる機会を増やしたいところです。

そのためテンプレート(ひな形)サービスで提供される記事ネタも月に1本ではなく、できれば**記事ネタが月に2~4本分あるテンプレートサービス**を選ぶと、月に何度も営業訪問を行うきっかけが作れることになります。

また、③の「**ニュースレターは会社通信ではなく個人通信として配布すると効果がある。**」という点も大切です。

テンプレート(ひな形)サービスを使うときにありがちな間違いは、ニュースレターの表面にある「**今月の挨拶**」といった欄に社長のあいさつ記事や写真を入れたニュースレターを、営業マンがお客さんの所へ配布していることです。これは「**会社通信**」になります。

しかし、ニュースレターは「**会社通信**」ではなく、個人を前面に打ち出した「**個人通信**」として使用すると**営業マンひとりひとりのファンを作るための戦略的な媒体**になります。このことについて以下でもう少し詳しく説明しましょう。

商品特性が際立っていて、競合と明らかに異なる商品を扱っている会社は別にして一般的に法人営業を行う中小企業(印刷会社、制作会社、広告代理店、保険代理店、

税理士事務所、行政書士事務所等)はその取扱商品やサービス自体で他社との差別化が非常に難しいのが現実です。そのため「価格競争」が激しくなります。

しかし、取扱商品やサービス自体で他社との差別化が非常に難しい会社やお店であっても成功しているところはあることを差別化要因としているのです。

それは…「人」です。「人」で差別化を行っているのです。

分かり易く言うと、お客さんから「あの会社に発注する」とか「価格が安いから仕事を出す。」という発注の仕方ではなく、

『佐藤さんにこの仕事をお願いしたい。』

という発注が増えるということです。

商品自体で差別化が難しい業種(生保、損保、士業、訪販)でカリスマセールスマンとなっている人はほとんどが「人」で差別化を行っています。

『佐藤さんにこの仕事をお願いしたい。』ということはもっと簡単に言うと、お客さんが佐藤さんという**営業マンあるいは担当者個人に対して非常に強い好意や親近感や信頼感を持っている**、ということです。これは新規開拓や既存客のフォローにはとても大切なことなのでよく覚えておいてください。

そして営業マン自身も「佐藤さんにこの仕事をお願いしたい。」という言われ方で仕事が発生すると、モチベーションが上がり、仕事に取り組む意欲も向上するのです。その結果、仕事の質も高くなり、お客さんに喜ばれ好循環の輪が回転し始めます。

では、あなたは「人間」はどのように相手に対して

好意や親近感や信頼感を持つようになるのかを知っていますか？

少し長くなりますが、取扱商品やサービス自体で他社との差別化が非常に難しい会社やお店にとってはとても大切なことなのでよく聞いてください。

実は人が好意や親近感や信頼感を抱くためのプロセスを解明した心理学理論があります。この理論を理解したうえで、営業活動や販促活動を行うと、あなたやあなたの

会社の営業マンは取引先の会社の担当者から好意や親近感や信頼感を抱かれるようになります。それは次の3つの心理学理論です。

人が好意や親近感や信頼感を抱くための重要な3つの心理学理論

(1)単純接触効果

(2)類似性

(3)自己開示

この3つの理論をあなたの仕事でも活用できるように一つ一つ分かりやすく解説します。

まず、(1)の**単純接触効果**とは「**繰り返しによる出会いが相手に対する好意を増す。**」という理論について説明します。

1982年に心理学者のR・J・モアランドとR・B・ザイアンヌが次のような実験を行ないました。女子学生をA、Bの2つのグループに分けます。Aグループには1週間に一回ずつ、4週にわたって同じ男子学生の写真を見せ続けました。

Bグループには1週間に一回ずつ、4週にわたって毎週違う男子学生の写真を見せました。

するとAグループの女子学生は写真の男性に対する好意度が毎週上がっていったのに対して、Bグループの女子学生は写真の男性に対する好意度はほとんど変わりませんでした。

つまり、

「繰り返しの出会いは相手の魅力や好意に影響を与える」

ということです。

これを単純接触効果と言います。実験をするまでもなく繰り返しの出会いが相手に対する好意を抱くという人間の性質はあなたも経験から理解できると思います。あなたも頻繁に顔を合わせる人には、そうでない人よりも好意を抱くはずですよ。

しかも特筆すべきことは「実際に会った」のではなく、写真を見せただけでも、その効果があるという点です。さらに、これもあなたにも経験があると思いますが何度も手紙やメールを送ってくれる人とそうでない人にはどちらに好意を抱くようになるかという、これは明らかに前者です。つまり、単純接触効果は「文章だけ」でもその効果はある、ということです。



だ・か・ら！！

あなたやあなたの会社の営業マンや社員の方の顔写真が入ったニュースレターをお客さんに届けば届けるほど、「単純接触効果」が働き、お客さんはあなたやあなたの会社の営業マンや社員に好意を抱く確率がぐんと上がるということです。

好意を形成する最も簡単で最も効果のある方法は**実物でも写真でも良いので「何度も自分の顔」を見てもらう**、ということなのです。

次に(2)の**類似性**を説明します。これも人の好意と親しみの形成に大きな影響を与えます。次の言葉はとても大切な言葉なので覚えておきましょう。

『人は自分に似ている人を好む傾向がある。』

人は自分と似ている人に好感を抱きます。例えばあなたが初対面の人と会う場合を考えてみてください。

相手があなたと考え方も、生まれも、育ちも、趣味も、年齢も違っていれば「話しづらい」とか「どうも波長が合わない」と感じるはずですが。

しかし、もし相手が「同県出身」「同じ大学出身」「同じ職種」「同年代」「性格が似ている」「考え方が似ている」「経歴が似ている」「趣味嗜好が似ている」「ペットが同じ」であれば親近感がわくはずですが。

つまり、人は自分と共通項のある相手に良い印象を持つ傾向があるのです。

当然ですがビジネスにおいてはお客さんから良い印象を持ってもらえたならば、その

後のビジネスの展開がぐんと有利になることは言うまでもありません。

そして、実はどんなお客さんであっても、その人とあなたには必ず共通項があるのです。それは…。

どんなお客さんであっても、その人とあなたには必ず共通項があるのです。それは出身地、生年月日、そして卒業校、専攻学科、趣味、血液型、家族構成、名前、ペット、好きな本、生い立ち、考え方、奥さんの名前、好きなアイドル、歌、絵、テレビ番組、読んでいる雑誌、悩み、座右の銘、モットー、現住所、通勤路線、休日の過ごし方、経歴、所属部、クラブ活動、感動した映画、尊敬する人、あるいは好きなコーヒー豆の種類といった「あなたや営業マン個人に関する情報」の中にあります。

お客さんはあなたや営業マンの個人情報の中に共通項を見つけたなら、あなたに好意や親近感を抱くようになるのです。好意で大きければ、「親しみ」と言ってもいいでしょう。

このことを裏付ける証拠として心理学とビジネスの融合を試みたベストセラー「影響力の武器 実践編」(R・B・チャルディーニ著 誠信書房)には次のようなことが書かれています。



『こうした社会心理学の研究結果から考えられるのは、顧客からよい反応を得るには、名前、信条、出身地、出身校など何であれ顧客と類似点のある販売担当者が売り込みをした方が効果的だということです。』

(「影響力の武器 実践編」(R・B・チャルディーニ著 誠信書房 129ページより))

だ・か・ら！！あなたや社員の方の具体的なプロフィールが掲載されているニュースレターをお客さんに届けば届けるほど、お客さんはあなたやあなたの会社の営業マン、社員に自分との類似性を見出す確率が高くなり、好意と親近感を抱くようになるということです。

そのため、あなたが配布するニュースレターの表面には

「あなた写真と詳細なプロフィール」を入れて

お客様の所へ配布すると効果的であるということです。

同様に社内の営業マンのAさんが配布するニュースレターの表面には「Aさんの写真やプロフィール」を入れて、Aさんが自身がおお客様の所へ配布すると非常に効果があることとなります。そのため、先ほどから「ニュースレターはあなたや営業マン一人の**「個人通信」**として作成すると営業活動上とても有利」だと繰り返し述べてきたのです。

以上、ここまで説明したように、多様な業種企業への法人営業を行う会社でニュースレターのテンプレートを使用する際には

- **多様な業種に役立つビジネス記事がある。**
- **単純接触効果を生かすために月に2～4回分の記事量がある。**
- **好意を形成するために個人通信的なニュースレターとして使える。**

といった点を考慮した方が良いということです。

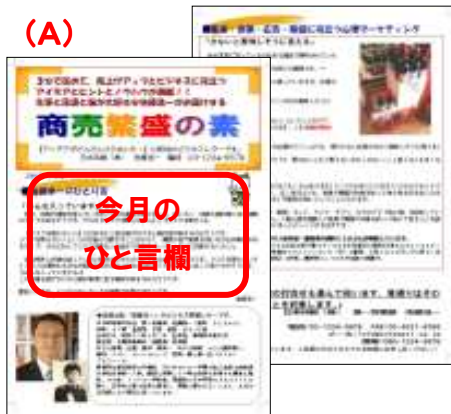
そして、実は私もこの3点を考慮した法人向けのニュースレター用のテンプレート・サービスの会員募集を行っています。

テスト的に実施した第一次会員はすぐに定員に達したため募集を締め切りましたが、現在、好評につき第二次会員を募集しています。

もちろん、他社のニュースレター用テンプレート・サービスをご利用頂くのも、私が現在募集しているテンプレート・サービスをご利用頂くのもあなたの自由です。あなたが、もし、私のテンプレート・サービスにご興味のある方はこのままお読みください。

■『酒井とし夫が提供するパーソナル・ニュースレター

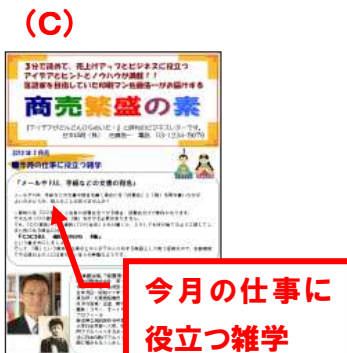
(個人通信)用のテンプレート(ひな形)概要』



A4サイズで2ページ分を1セット↑



A4サイズで1ページ分を3セット↑



【概要】

ニュースレターのひな形を毎月あなたにメールでお届けします。専用サイトからダウンロードしてそのまますぐに使用できます。提供するデータは左図のように、

(A)「A4サイズで2ページ分を1セット」

(B)「A4サイズで1ページ分を3セット」

の合計4セット分です。

そのためあなたはお客さんの重要度に合わせて月に1~4回の営業訪問が可能です。

文章作成が得意な方は毎月第一週目には左上図の(A)のデータの表面「今月のひと言」欄にあなたが約400字分だけご自身で原稿を書き込んでください。

しかし、「忙しくて『今月のひと言』欄さえも自分で書けないよ。」という方は(C)の「今月の仕事に役立つ雑学」あるいはビジネスジョーク記事を予め書き込んだ表紙も用意してありますのでこれを利用してください。(C)を利用するとあなたは一度だけ社名や会社データ、名前、プロフィールを書き込むだけで今後一切の手間はなくなります。印刷やホチキス止めをしても毎月わずか数分で完成です。

二週目以降のニュースレターは上図の(B)のデータの下段にあなたの会社の社名や住所を入れるだけで完成です。

(A)のデータで1セット、(B)のデータを使って3セット、合計

で4セットのパーソナル・ニュースレター(個人通信)が数分で出来上がります。

全部で4セットのニュースレターが完成しますので、あなたは重要度の高い取引先には毎週一回持参して営業活動に使い、重要度の低い取引先には月に一回だけの営業活動用に使うこともできます。

あなたの新規開拓先、既存客の重要度、営業優先度に応じて訪問回数を調整しながらニュースレター(個人通信)を配布してください。

もちろん、上記と同様の手順であなた以外の社員の方も各自で「**自分用のパーソナル・ニュースレター**」を作成して配布してください。

このサービスはあなたや社員の方を合わせて20名まで(総配布数1000部まで)はご自由に差し替えてご利用頂いて構いません。そのためこのテンプレートがあれば社員全員が「自分オリジナルのパーソナル・ニュースレター」を作成することができます。

【**予め書き込まれているビジネス記事について**】

このテンプレート(ひな形)に予め書き込まれているビジネス記事は酒井とし夫が執筆しています。酒井とし夫は年間に約200冊のビジネス書籍、10回～20回のビジネスセミナー参加、セミナーDVDやCDの学習に投資しています。

その額は年間平均150万円～200万円以上になります。

酒井とし夫はこれらの知識に加え顧問先指導や自分のビジネス経験から得た知識と経験の中から厳選したコンテンツをニュースレターや雑誌への寄稿、本の出版、メルマガ、ブログで記事として執筆を行っています。

その記事の特徴を一言で現すと「**どんな業種にも役立つセールス、広告、販促、マーケティング、ビジネス心理学ネタ**」が中心であるということです。そのため他のテンプレートサービス提供会社が提供している生活、健康、税務関連の記事とは異なり、「多岐にわたる業種の法人と取引のある企業」用のニュースレターとしては最適なコンテンツとなっています。

【**他のテンプレートサービスとの違い・特徴**】

このテンプレート(ひな形)サービスの特徴は次の通りです。よく特徴を理解して、有効に活用してください。

①記事はどんな業種にとっても有益なビジネスネタなので法人向けの営業

活動に役立つ。

ニュースレターのテンプレートを提供している会社の多くが生活ネタ、健康ネタ、食ネタ、4コマ漫画等が記載されたテンプレートを提供しています。これではBtoB(法人相手の仕事)の会社で使用するニュースレターとしては役に立ちません。しかし、本テンプレートでは**ビジネスネタを記事として掲載しています**ので、あなたはそのままこのテンプレートを利用して、法人向け営業ツールとして活用することができます。

②記事はどんな業種にも役立つコンテンツになっています。

ニュースレターのテンプレートを提供している会社の多くが「工務店向け」「病院向け」「飲食店」等特定の業界に特化しています。そのためテンプレートに記載されている記事が特定の業界にしか役立たないことが多くなります。しかし、本テンプレートに予め記載されているビジネスネタは「小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術」「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」を出版し、ビジネス系メルマガとしてはトップクラスの読者数2万7千人超に配信をしている酒井とし夫が執筆します。

酒井とし夫の**記事の特徴は「どんな業種にも役立つセールス、広告、販促、マーケティング、ビジネス心理学ネタ」**が中心となっていることです。そのため、あなたの取引先や新規開拓先がどんな業種であろうとも本テンプレートに記載されているコンテンツはお客さんの役に立ちます。

③そして、あなたの会社やあなた自身に権威効果をもたらされます。

本テンプレートのビジネス記事部分には次のような文言が必ず書き込まれています。

「本記事は契約のうえ、ビジネス本作家・講演者の酒井とし夫氏が寄稿しています。酒井とし夫氏プロフィール:『小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術』『売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本』(日本能率協会マネジメントセンター刊)の著者。人気メルマガ『1分で学ぶ!会社やお店の集客・広告宣伝・販促』の作家。講演者としても日本全国で活躍中。」

この注意書き部分を読んだお客さんはあなたのニュースレターに「ビジネス本の著者が

寄稿している。」と感じます。そして、「ビジネス本の著者や講演者と知り合いならしっかりした会社だ。」と感じます。これによりあなたやあなたの会社への信頼感が増すことになります。

④ビジネス記事が4回分あるので配布回数も自由自在です。

ニュースレターのテンプレートを提供している会社の多くが「月に1回分」の記事しか用意されていません。そのため新規開拓や既存客フォローのために月に何度も訪問して「単純接触効果」を生かそうと思っても「月に1回しか営業訪問できない」ことになります。

本レポートの中でも説明しましたが、心理学理論として有名な「単純接触効果」(相手との接触頻度の増加が好意と親しみをもたらす)を有効に活用するためには「**8ページもあるニュースレターを月に1回だけ配布**」するよりも「**1ページモノのニュースレターを毎週毎週配布**」する方が効果があります。

そのため、本テンプレートは「A4サイズで2ページ分を1セット」と「A4サイズで1ページ分を3セット」の記事を用意しています。合計で4セット分です。つまり、あなたは新規開拓先、既存客の重要度、営業優先度に応じて訪問回数を調整しながらニュースレターをお客さんに配布することが可能になります。

⑤このテンプレートは「会社通信」ではなく「個人通信」のスタイルです。そ

のため「あなた」だけでなく「社員」全員で作成し、営業活動に活かすことができます。

一般的なニュースレターのテンプレートは「会社通信」「会社新聞」「会社ニュース」「会社からのお知らせ」のスタイルを採用しています。しかし、先ほども書きましたが商品やサービスでの差別化が難しい業界ほど**差別化すべきポイントは「人(ヒト)」**になります。そのため、本テンプレートは「あなた」や「社員の方一人ひとり」が作成できるように「パーソナル・ニュースレター(個人通信)」スタイルを採用し、**あなたを含めて営業マン20名まで(総配布数1000部まで)はご自由に差し替えて利用することができます。**

【データの提供方法】

データのお届けは**毎月20日**にお送りするメール内に記載の専用サイトからダウンロードして頂きます。データはワードデータですから、プロフィール欄を記入すればそのまますぐに印刷して使用できます。

※CDなどのデータ保存媒体での郵送・宅配サービスは行っていません。

※20日が土日祝日の場合には休日明けにお送りします。

【データの提供業者・責任者 他】

データの提供に関する販売業者及び責任者は下記となります。

販売業者／ファーストアドバンテージ有限会社

運営統括責任者／酒井とし夫

決済システム／株式会社インフォトップ「月額課金システム」決済システムを利用

【費用】

9,800円/月(税込み)

当サービスのご利用は**クレジット決済のみ**で受け付けています。振り込みや銀行引き落とし決済はできません。テンプレート(ひな形)提供サービスを受けるためのクレジット決済は株式会社インフォトップの「月額課金システム」の決済システムを利用していますので、セキュリティは万全です。株式会社インフォトップについての詳細は下記をクリックしてご覧ください。

<http://www.infotop.co.jp/>

お申し込み日当日に第一回目の決済がなされます。以後1ヵ月毎に次回の決済がなされますので管理が簡単です。

※クレジットカード請求者名は次のようになります。

「Website-Infotop_Japan」

「INFOTOP-JP-INTERNET」

「Infotop_Japan_Credence」他、「INFOTOP」という単語がつく名称

※各表記の後に「SINGAPORE」「MACAU」という文字が記載される場合がありますが、請求書では必ず「INFOTOP」という単語が記載されます。

もちろん**途中での退会は自由**です。退会をご希望の場合にはユーザーマイページにご自身でログインし、画面左上のマイメニューにある「月額課金システム」ページ内の「受信履歴確認」から、退会手続きを行ってください。その日のうちに退会できます。

【重要】

退会手続きは簡単ですが、当社や酒井とし夫個人では退会手続きが行えません。必ずご自身で行ってください。こちらではあなたのパスワード等を知ることが出来ないためです。そのため本サービスを利用するために登録したメールアドレスやパスワードをはじめとする「あなたが登録した全ての情報」は必ずあなた自身で管理してください。決済システムのセキュリティ上、当社や酒井とし夫個人はあなたのメールアドレスやパスワードをはじめとする「あなたが登録した情報」の記録にはアクセスすることや調査することはできませんことをご了承ください。

そして、データの内容や見本は次のとおりです。

【データの内容】

提供するテンプレート(ひな形)データには予め作成済の下記のコンテンツ(文字原稿)が含まれます。これらの原稿は御社の営業ツール、ファン作りのためのツールとしてそのまま利用してください。

- (1) タイトル文字(「商売繁盛の素」と記載されています。)
- (2) 「ひとり言」入力枠(ひとり言を書かない方はこの部分は使用しません。)
- (3) 「プロフィール」入力枠
- (4) 「集客・営業・広告・販促に役立つビジネスネタ」記事
- (5) 「私の約束」入力枠

【ひな形データ見本】

毎月のテンプレート(ひな形)データの見本は下記のイメージです。

(表面)

ここにはあなたの肩書きと名前を記入
します。タイトル変更は可能です。

3分で読めて、売上げアップとビジネスに役立つ
アイデアとヒントとノウハウが満載!!
落語家を目指していた印刷マン佐藤浩一がお届けする

商売繁盛の素

『アイデアがどんどんひらめいた!』と評判のビジネスレターです。
日本印刷(株) 佐藤浩一 電話 03-1234-5678

2010年7月号

今月の仕事に役立つビジネスジョーク

『お役人体質!?!』

ソーシャルワーカーが2人、夜道を歩いていた。するとどこからかうめき声か、
声の主を探すと、全身ボコボコで瀕死の男が倒れていた。
「・・・あう、助けてくれ・・・強盗にやられた・・・」
男は声をゆがめ、声をふりしぼった。
しかしソーシャルワーカーは男をあとにして立ち去り、2人で話し始めた。
「本当に助けが必要な人かどうか、検討しましょう」
こういったお役所仕事は困りますね。私は迅速な決断と対応で仕事をこなします!
佐藤浩一

◆本紙は『佐藤浩一』のビジネス情報レターです。

日本印刷株式会社 第一営業部 佐藤浩一(愛称: さとちゃん)
年齢: 47歳 血液型: B型 星座: おひつじ座
生年月日: 昭和37年1月1日 出身地: 新潟県新潟市
現住所: 千葉県船橋市 通勤圏: 東西線
好きな言葉: 正面、親切、愉快! 好きな映画: オズの魔法使い
趣味: スキー、オートキャンプ 家族: 妻と猫一匹(サスケ)
プロフィール: 新潟県立高田高校を卒業後、行方本ゼミで一年間の浪人
生活の後、東北大学社会学部へ入学。劇団に所属して一時は役者を目指
すも簡単に挫折。その後、インドで一年修行。帰国後に日本印刷でア
ルバイトした際に、忘年会の席で社内に発見し、属団に繋がる!
しかし、なぜか正社員になり現在に至っています。

ここにはあなたの個人データを書き込み、
お客さんに共通項を見つけます。

(裏面)

■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

「NHKで紹介された！」

先日、ホームセンターに家庭用品を買いに行った時のこと、似たような商品の種類がたくさんありました。「うーん、一体どれが良いのだろうか？」

たくさんある種類の中で私はある商品を選んだのですが、その理由は右の写真です。



このチラシを見て「NHKで紹介されたのなら・・・大丈夫だろう。」という判断に至ったわけです。マスコミの力は凄いですね。

「この商品は品質が確かです。とても効果があります。お買い求めください。」というコピーではなく、「NHKでも紹介されました。」というコピーが購買を強力に後押ししたわけです。これは心理学でいう「権威効果」が働いていることになります。テレビや新聞という権威のお墨付きでその商品がよく見えるわけです。

さて、それではあなたもこのマスコミの力を販売やビジネスに応用できないでしょうか？できますよね。えっ？何ですか？「ウチはNHKから取材なんか来ない！」・・・そうですね。でも、取材を受けなくてもいいのです。テレビで取り上げられていたという事実があればよいのです。

例えばスーパーなら「NHKでも紹介された！！ニンジンに隠された驚きのダイエット効果」というPOPをニンジンの横に立てることができそうですね。取材を受けなくても、NHKで放送されていた事実をPOPで訴求すればいいだけのことです。工務店なら「〇〇テレビでも紹介されていた！！今、流行の吹き抜け天井があなたのおうちにも簡単に作れる。」といったリフォームチラシの作成もできます。取材を受けなくても、テレビ番組で放送されていた内容を自社の商品にからめて訴求すればいいだけのことです。商人やビジネスマンにとってテレビ、新聞、雑誌は「見るもの」ではなく、「会社に売えないか？」と考えながら「利用するもの」です。

●本記事は契約のうえ、ビジネス本、メルマガ作家・講演者の酒井とし夫さんが寄稿しています。酒井とし夫氏プロフィール「小さな会社が低予算ですべてできる広告宣伝心理術」『売れるキャッチコピーがすらすら書ける本』（日本経営協会マネジメントセンター刊）の著者。読者数2万7千人以上の人気メルマガ『1分で学ぶ！会社やお店の集客・広告宣伝・販促』の作家、講演者としても日本全国で活躍中。

私の約束 「土日休日・深夜の打合せも喜んで伺います。見積りはその日中に提出することを約束します。」

連絡先 日本印刷（株） 第一営業部 佐藤浩一
電話/03-1234-5678 FAX/03-4321-8765
メール/info@nihonprint.co.jp
※本誌は無料です。ご希望の方はどなたでもお気軽にお申し出下さい。

ここには会社データやあなたがお客さんに約束できること、仕事のモットーを書き込みます。

(ひな形データは Windows 版の Microsoft Office Word(ワード)データです。)
さらに、ひな形データの見本をご覧になりたい方は下記をクリックすると表示されます。
http://www.middleage.jp/newsprint/sample/pbl_sample.doc

【ひな形データの種類】

ひな形データは Windows 版の Microsoft Office Word データで提供します。
そのためダウンロード後すぐに編集、印刷ができます。
(バージョンはワード 2003 ですから、それ以降のバージョンであれば編集が可能です。)

【配布エリア・配布部数の制限・禁止事項】

競合企業同士での同じエリア内での配布の重複が起こらないよう、原則として概ね1市
(または町村)で1社制を採用しています。お申し込みは先着順となります。

また、以下に該当する場合は、ご契約できません。

・総配布部数が1000部(1号につき)を超える場合

なお、支店や営業所がある場合には、支店ごと営業所ごとの契約をお願いいたします。
例えば本社で契約を行い、異なるエリアに存在する支店や営業所でのひな型データの使
用は不可です。社名が異なる関連企業での使用も不可です。

また、ひな型データを使用したニュースレターを「新聞折込」や「業者によるポスティング」
「購入したリストへの DM」などを利用して、不特定多数への配布を行なうことは禁止です。
電子メディア(メール、ホームページなど)やFAXを使つての配布も禁止です。
上記に違反するご利用法・配布量が発覚した場合にはサービスの提供を停止します。
営業マンの訪問ツールとしてご使用ください。

【1エリア1社制の採用について】

・ご契約は概ね1市(または町村)で1社制を採用しています。お申し込みは先着順とな
ります。

既に契約不可のエリアについては下記をクリックしてご確認ください。

<http://www.middleage.jp/newsprint/arealist/list.xls>

但し、この制度は提供するサービスの性質と利用する企業の営業活動状況から競合会
社同士の配布エリアでの重複回避を100%保証するものではありません。

また、本サービスは契約企業数が一定数に達し次第、営業エリアの重複を回避するため
に募集を締め切ります。(現在は第二次の募集中ですが第三次募集で締め切りの予定で

す。)ご希望の方はお早めに次のサイトにアクセスしてください。



**酒井とし夫のパーソナル・ニュースレター用のテンプレート(ひな形)を
ご希望の方は今すぐに下記をクリックしてください。下記から先着順
で受け付けいたします。アクセスが集中してうまく表示ができない場合があ
りますが、その場合には時間を空けて何度か下記をクリックしてください。**

**お申し込みは簡単です。
今すぐにどうぞ。**

<http://www.middleage.jp/newsprint/>

**☆法人営業に役立つニュースレターの効果的な使い方の具体的
な方法をお知りになりたい方は下記サイトもお読みください。**

『法人営業に役立つニュースレターの効果的な使い方』

→ <http://www.middleage.jp/newsprint/howton1.html>

そして、今ならあなたには特別な特典があります。

その特典については次ページで説明します。

【特典】

今回お申し込み頂いたあなたには下記の**特典を無料でプレゼント**します。

特典1

酒井とし夫の EBOOK

『お客を買う気にさせる63の心理学的広告・宣伝テクニック』

(販売価格4,500円)



お客様は「その商品やサービスが良いから買う」のではなく「その商品やサービスが良いと思うから買う」のです。また、お客様は「その商品やサービスが安いから買う」のではなく「その商品やサービスが安いと思うから買う」のです。この「思う」という部分が広告宣伝では重要なのです。ポイントは「人の心」です。

人間心理を理解して、人間の心に訴えて、「良いと思わせる。」「安いと思わせる。」「欲しいと思わせる。」「今、買わないと損だと思わせる。」「自分にはこれが必要なのだと思わせる。」「ことが差別化のしにくい商品やサービスを扱っている小さな会社やお店の広告宣伝では重要なのです。

そのために必要な知識が「人間は自分や他人、集団、社会の思考、感情、行動によってどのように影響を受けるのかを調べるための科学」である社会心理学を代表とする心理学です。その心理理論の中から厳選したお客を買う気にさせる63の心理学的広告・宣伝テクニックの理論、実例、応用例を詳細に解説した EBOOK がこの『お客を買う気にさせる63の心理学的広告・宣伝テクニック』です。この EBOOK を読むだけで今日からあなたにも実践的な心理テクニックをすぐ使うことができるようになります。

(販売価格4,500円／PDFデータ全137ページ 専用サイトからのダウンロード版)

このほかにも……。

特典2

酒井とし夫の EBOOK

『50本のお手本キャッチコピー事例集から学ぶ10倍売れるキャッチコピーの作り方』
(販売価格3,500円)



お手本となるキャッチコピー一例をマネる(マネぶ)ことはどんな業種、職種でも利用できる最も簡単に効果的なキャッチコピーを作るためのノウハウ、キャッチコピーの作り方を身につけるコツです。効果的なキャッチコピーを作るための最も簡単な方法はお手本となるキャッチコピー一例をマネる(マネぶ)ことです。

そこで、私は出版書籍「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」では紙面の都合上の制約から説明できなかった、お手本となるキャッチコピーとその応用例をまとめて一冊のEBOOKを作成しました。そのEBOOKの名前は『50本のお手本キャッチコピー事例集から学ぶ10倍売れるキャッチコピーの作り方』です。

あなたもこのEBOOKに掲載のお手本となるキャッチコピー一例をマネしながら、売れるキャッチコピーのパターンやコツを簡単に身に付けることができます。
(販売価格3,500円/PDFデータ全76ページ 専用サイトからのダウンロード版)

さらに今なら、次の特典もプレゼントします。

特典3

酒井とし夫の EBOOK 『成功思考』（販売価格3,500円）



「経営戦略能力」と「経営戦術能力」が高いのに、思うような結果を手にするのできない場合、経営者自身の「経営思考能力」がその実現を妨げている場合が往々にしてあります。

サーカスの象は子供の頃に杭にロープでつながれ、そのロープの長さである半径数メートルの円内で過ごすうちに、象が大人になってロープをはずしても、その範囲より外には出なくなるそうです。この象と同様に「自分の思考の枠」より外に出ることができない経営者が多く存在するのです。つまり、自分が欲しいと思う結果に対して、経営者の心のどこかに「その結果を受け入れたくない自分」が存在したり、「自分には出来ない」「自分には荷が重過ぎる」「果たしてそんなことが自分に出来るだろうか」という思いが存在する場合があります。

この場合、結果を手にするための最も大きな障害になっているのは経営者自身の「思考」であることは間違いありません。経営戦略能力と経営戦術能力が高い場合には、この「自分の枠」を取り除いたり、「思考の視点」をけるだけで経営上のアウトプット（＝収益）は著しく向上します。

そして、経営上のアウトプット（＝収益）の実現を妨げる「自分の枠」や「思考の視点」は、ちょっとしたきっかけがあれば、簡単にその枠を打ち破ったり、ものの見方や、考え方の角度、自分の立ち位置を変えることが出来るようになります。

本 EBOOK『成功思考』は、今ある「あなたの枠」を広げ、ものの見方や、考え方の角度を変え、自分の立ち位置を変化させて、あなたが成功者共通の思考を身につけるために編集されたマニュアルです。

（販売価格3,500円／PDFデータ全118ページ 専用サイトからのダウンロード版）

特典4

『パーソナル・ニュースレター・テンプレートの編集の仕方』



あなたがパーソナル・ニュースレター・テンプレートの各ページの要素を簡単に編集できるように、編集の仕方を図解入りで解説したEBOOKです。

テンプレートのショルダーコピー部分、タイトル部分、今月のひと言欄、プロフィール欄の編集の仕方やあなたの顔写真の挿入の方法等を分かりやすく解説しています。

このEBOOKさえあればあなたは簡単にテンプレートを自由自在に編集することができるようになります。

特典5

『パーソナル・ニュースレターの構成と使い方』



毎月あなたが使用するテンプレートの構成や基本的な配布方法、応用的な利用方法を説明したEBOOKです。

このEBOOKを読むだけであなたはパーソナル・ニュースレターを毎月どのようにお客さんへ届ければ最も効果的な使い方ができるのかがすぐに分かります。ニュースレターは作成しただけでは意味がありません。効果的な使い方をしてこそ、望ましい結果が手に入ります。その効果的な使い方をあなたに解説します。

特典6

『パーソナル・ニュースレター用300字～500字程度の原稿の書き方 4つの方法』



あなたに原稿を書くための他の4つの方法を公開します。これを読めばパーソナル・ニュースレターであなたが書くべき「今月のひと言」欄の執筆で悩むことはなくなります。

もちろん、この4つの方法は社内資料用文章、社外資料用文章の作成にも役立つテクニックです。そのためこの EBOOK で解説している原稿を書くための方法はビジネスマンとしてのあなたの一生の財産となります。

特典7

④『どんな業種にもあてはまるビジネスの黄金律／商品を売る前に自分を売る。そのための3つの方法』



どんな業種であっても共通するビジネスのルールというもの存在します。その一つが次のことです。

『商品を売るより、自分を売れ。』

しかし、ほとんどの人は自分の売り方を知りません。そこでこの EBOOK では「あなたの売り方」を3つ伝授します。この3つの方法論はあなたがどんな業種、職種に関わっていても役立つ自分の売り方の具体的ノウハウです。

(上記 EBOOK は全てPDFデータ 専用サイトからのダウンロード版)

以上を特典としてあなたにプレゼントさせていただきます。

そして、さらにあなたには次のことも約束します。

【お約束】

そして、今回、お申し込み頂いたあなたには下記のお約束をします。

約束1

テンプレートの編集で分からないことはメールやお電話でお答えします。

テンプレートはワードで作成してあり、誰でも簡単に編集作業ができるようになっています。しかし、もし「テンプレートの編集ができない」場合にはメールや電話で操作方法をお答えします。

(但し、パソコン操作自体やワードソフト以外の使い方、基本的なパソコン操作はご自身で学習してください。)

約束2

今なら入会金・初期費用0円(無料)

現在、このサービスは「第二次会員」募集となります。次回の「第三次会員」の募集からは入会金を課金させて頂く予定ですが、今回は入会金は無料です。

以上、あなたには先にご紹介した特典をプレゼントし、さらに上記の2点も約束します。但し、次のような人(会社)は絶対に申し込みをしないで下さい。

- ✓ 自分の力で現状を変える意思の無い方。
- ✓ 売れないことをいつも社会のせい、人のせい、運のせいに行っている方。
- ✓ 粗悪なサービスを提供している方。
- ✓ 競合他店と差別化を図る気の無い方。
- ✓ 自ら学ぶ意思、意欲、向上心の無い方。
- ✓ 勉強が嫌いな方。行動が嫌いな方。
- ✓ 他力本願な方。

-
- ✓ 継続的な努力、試行錯誤ができない方。
 - ✓ 何も行動しない方。
 - ✓ 自分が向上することよりも、他人の足を引っ張ることに注力する方。
 - ✓ ノウハウやアイデア、経験に価値があることを理解していない方。

以上、酒井とし夫のパーソナル・ニュースレターのひな形 データ 提供サービスについての説明をさせていただきました。上記の事項をよくお読み頂き、ご納得のうえ、下記より今すぐにお申し込みください。



酒井とし夫のパーソナル・ニュースレター用のテンプレート(ひな形)をご希望の方は今すぐに下記をクリックしてください。下記から先着順で受け付けいたします。

**お申し込みは簡単です。
50社限定です。**

<http://www.middleage.jp/newsprint/>

☆ 法人営業に役立つニュースレターの効果的な使い方の具体的な方法をお知りになりたい方は下記サイトもお読みください。

『法人営業に役立つニュースレターの効果的な使い方』

→ <http://www.middleage.jp/newsprint/howton1.html>

※ サービスの申し込み手順は簡単です。

次ページから図解入りで説明します。

【テンプレート(ひな形)サービス申し込み手順】

酒井とし夫のパーソナル・ニュースレター用のテンプレート・サービスの申し込み方法は簡単です。ご利用はクレジット決済のみで受け付けています。クレジット決済は株式会社インフォトップの「月額課金システム」の決済システム専用サイトを利用しています。(株式会社インフォトップは情報関連商品の決済では日本で最も利用者数の多いシステムを提供している会社です。)そのためセキュリティは万全ですので安心してご利用ください。下記の手順に従うだけで今すぐに申し込みが完了し、毎月20日にテンプレートデータの案内メールが届きます。

①下記をクリックして申し込みサイトにアクセスします。

<http://www.middleage.jp/newsprint/>

②「お申し込みはこちら」ボタンをクリックします。



③下記の画面が表示されます。

以前にインフォトップを利用した経験のある方は「▼購入経験のあるお客様はこちらから」と書かれたこの欄に必要事項を入力します。

初めてインフォトップを利用する方は「▼初めての方ははこちらから」と書かれたこの欄に必要事項を入力して、下のボタンをクリックします。

この画面はクレジットカード決済のための画面です。決済はインフォトップ株式会社のシステムを使用しています。そのため、ここからは「**以前にインフォトップを利用した経験のある方の場合**」と「**初めてインフォトップを利用する方の場合**」に分けて説明を進めます。

■以前にインフォトップを利用した経験のある方の場合

以前にインフォトップを利用した経験のある方は「▼購入経験のあるお客様はこちらから」と書かれた欄にメールアドレスとパスワードを入力して「次へ」のボタンをクリックします。

▼購入経験のあるお客様はこちらから
インフォトップ決済システムをすでにご利用の方は、こちらにメールアドレスを入れていただくことでスムーズにお進みいただけます。

メールアドレス

パスワード

[▼パスワードを忘れた方はこちら](#)

本サービスは携帯メールアドレスは不可です。パソコンのメールアドレスが必要です。

お客様情報欄を記入して「送信」のボタンをクリックします。

▼ご注文内容

商品名
プライベートビジネスレター作成サービス

商品種別	販売価格	送料	合計価格
有料会員POサービス	¥9,800	¥0	¥9,800

▼お客様情報

郵便番号: 949 - [] (半角数字 例:101-0041)

都道府県: [新潟県]

市区町村: []市
[]千代田区

それ以外の住所(建物名): []-1
[]神田:浜田町2-2 ITビル7F

送信 前へ戻る

クレジットカード情報を記入して「注文内容を確認」ボタンをクリックします。

※システムメンテナンス・混雑状況等で遅れる場合がございます。
※販売者側の設定により、上記のうち異なる決済方法が異なる場合があります。
※振込決済の場合、平日10時～15時が確認時間となります。
※コンビニ決済の場合、決済処理店舗によっては決済取り扱えない場合があります。

お支払い方法
※お支払い方法を選択してください。

クレジットカード

カード番号: [] - [] - [] - []
カード有効期限: [05] 月 [] 年
カード名義: (名) [] (姓) [] (半角英字50文字以内)

※クレジットカード情報は、リアルタイムでクレジットカード会社へ伝えられるため、弊社および販売者には伝わりません。
※クレジットカード決済代行サービスは株式会社インターネット・ペイメントサービスにて行います。

▼その他

[]

注文内容を確認 前へ戻る

内容を確認して「規約に同意して注文する」ボタンをクリックします。

▼有料会員サービスの料金お支払いについて

お客様が購入された日を基準として毎月の課金が発生します。
購入者マイページから退会手続きをすることで、サービスから退会することができます。
サービスお申込日 2010/01/09 の場合
次回課金確定日 2010/02/09
次々回課金確定日 2010/03/09

▼ご注意:必ずお読みください。

サービスをご注文した時点で、
無料期間の有無に関わらず、当月分の料金が発生します。
ご注意ください。

※途中退会の際に、料金の日割計算はされません。
途中退会いただいたりも残日分の料金キャンセル等は行われませんので
予めご了承ください。

※一部サービスは、販売者側で退会を許可されない、と退会できないサービスも
ございます。

退会を申請し、
販売者側で退会許可がされていれば、状態で
次の課金確定日を迎えると、翌月分の継続が確定いたします
退会時は十分に余裕を持ってご申請ください。

サービスお申込日 2010/01/09 の場合
次回課金確定日 2010/02/09
次々回課金確定日 2010/03/09

なお、無料期間の有無を問わず、
29日・30日・31日に次回決済が発生した場合で
1か月後に課金日が存在しない場合は、月末に決済処理がされます。

(...)以降、毎月注文日課金確定)
上記のように毎月の注文日に課金が確定され、翌月分の継続が確定します。
以降、サービスに継続して入会している限り、上記スケジュールにて課金が発生します。
<http://support.infocap.jp/>

規約に同意して注文する 前へ戻る

注文クリックが1度だけかいて下さい。複数決済になってしまいます。
※買えたかどうか不安な場合はマイページでご確認下さい。

「ご注文ありがとうございました！」画面が表示されます。これでクレジット決済完了です。

ご購入画面

注文受付完了までの流れ

Step4
注文受付は正常に完了いたしました
ご注文ありがとうございます

ご注文ありがとうございました！

登録メールアドレスに注文のご案内が送信されます。必ずご確認ください。
メールが届かない場合は、お問い合わせフォームからご連絡ください。

▼配送・冊子版をお買い上げの方

- ◆クレジットカードでお買い上げの方は、すぐに発送いたしますので、ご自宅到着までお待ちください。
- ◆銀行振込・郵便振替・コンビニ払いでお買い上げの方は、ご入金確認後に発送いたします。マイページにログインして、ご注文詳細と振込口座をご確認ください。

▼ダウンロード商品をお買い上げの方

- ◆クレジットカードでお買い上げの方は、マイページにログインして商品をダウンロードしてください。
- ◆銀行振込・郵便振替・コンビニ払いでお買い上げの方は、ご入金確認後にマイページにてダウンロードが可能となります。

※ご注文に関する詳細は「マイページ」にログインしてご確認ください。
また、ご注文確認メールもご登録のメールアドレス宛に送信されております。

※注文状況を確認するボタンをクリックするとマイページから注文情報を確認できます

■初めてインフォトップを利用する場合

初めてインフォトップを利用する方は「▼初めての方はこちらから」と書かれた欄に必要事項を入力して、下のボタンをクリックします。

(注意／この欄に記入したデータ(特にメールアドレスやパスワード)はご自身でメモや控えをとり必ずあなた自身で大切に保管してください。今後あなたがインフォトップを利用する際や本サービスの停止時等に必要になります。)

▼初めての方はこちらから
※すべての項目に入力してください。

下記入力フォームにご記入ください。
なお、お客様にご記入いただきました個人情報につきましては、当社で責任をもって管理し、お客様へのご連絡、ご案内、金銭の授受およびダウンロード販売・オンライン通販サービス・有料会員サービスの決済システムおよびそれに付随する販売システムの提供にのみ使用させていただきます。第三者への開示や他の目的での使用いたしません。
当社プライバシーポリシーを必ずご確認ください。

氏名	姓 名	例)情報 例)知郎
ふりがな	姓 名	例)じょうまう 例)しろう
郵便番号	[] - [] (半角数字 例:101-0041)	
都道府県	選択して下さい	
市区町村	例)千代田区	
それ以降の住所(建物名)	例)神田須田町2-2 ITCビル7F	
電話番号	[] - [] - [] (半角数字 例:03-1234-5678)	
PCメールアドレス	[]	
PCメールアドレス (確認用)	[]	
希望パスワード	[] (お好みのパスワードを半角英数字8~20文字で設定して下さい。記号不可) ※購入商品のダウンロード用のパスワードになります。 ご自身の覚えやすい英数字でご登録下さい。	
インフォトップからの お知らせ	<input type="radio"/> 受け取る <input type="radio"/> 受け取らない	

お支払い方法を選択

この「お支払い方法を選択」ボタンをクリックすると次のような画面になります。

【当サービスご利用頂いている方からの声】

既に当サービスをご利用されている方からの感想の一部を紹介します。

『他社に先駆けて発行を続けてまいります。』

「伝票類の印刷物を中心に受注して18年を迎えます。
御社からのひな形を使ってニュースレターの配布を始めました。
現在、毎月約160社にお届けしていますが、3ヶ月を経過した今では「次回も楽しみにしているからね。」という声を掛けて頂くことも多くなり、予想外の反応に社員一同驚いています。このまま他社に先駆けて発行を続けてまいります。」

(新潟県 印刷会社経営)

『ニュースレターで営業がうまくいくなれば苦労はしないと思っていました。』

「酒井さん、はじめまして。いつも面白くて、役に立つ記事をありがとうございます。(記事はお客さんだけでなく私にも役立っています)。」

本当のことを言うと最初はニュースレターで営業がうまくいくなれば苦労はしないと思っていました。

でも、実際に毎週のようにお客さんのところへパーソナル・ニュースレターを配っていると、対応が明らかに違ってきています。

既に毎週配っている取引先には10回以上レターを持参しているのですが、それまでは数ある業者の一人だったのが制作物の相談を依頼される機会が出てきました。だから、自分ももっとお客さんのために役立てるように販促やマーケティングの勉強をしないではいけな、と考えるようになりました。自分の意識も変わるのですね。今までの御用聞き営業から脱出できそうです。ありがとうございます。

(もちろんまだまだ継続しますよ。実は独立したい「夢」があるんです。)

(東京都 制作・印刷会社勤務)

『なぜか私にも経営の相談がくるようになりました。』

「酒井先生の集客や広告に役立つレターを持参するようになって4ヶ月経ちます。一番の変化は既存のお客様から経営相談がくるようになったことです。その時に特典で頂いたDVDや本で勉強したことを教えてあげるととても喜ばれます。

（本をもう一冊自腹で購入してお客さんにもプレゼントしました。）

また、心理マーケティングのノウハウを自分の営業にも取り入れているおかげでお客さんとのコミュニケーションもスムーズになってきています。ありがとうございました。」

（滋賀県 広告制作会社経営）

『上司を説得して申込をしました。』

「転勤にともない新しい上司にこのニュースレターサービスのことを提案しました。最初は首を縦に振ってくれなかったのですが、以前から購読していた酒井さんメルマガを全部印刷して上司に見せたところ一発OKがでました。今では上司と競争で配布数を増やしています。」

（千葉県 制作会社 経営）

『これからもためになる記事を期待しています。』

「本当に読んでもらえるのか」

と思っていましたが、お客さんはちゃんと読んでくれているようです。

「この間の心理テクニックを打ち合わせの時に使いましたよ」

とか、

「剣道をやってたんだね。今でもやっているの？」

「子どもが同じ年だよ」

と記事を読んだことがきっかけになりコミュニケーションが増えてきました。

読んでもらえているとわかると自分で書く一言欄にも気合が入りますね。
最近ネタを探しながら営業しています。(笑)

これからもためになる記事を期待しています。

(埼玉県 印刷会社経営)

『自社の朝礼でも活用しています。』

「地方の税理士事務所も不況の影響で契約先が減り、このままではギリ貧・・・何とかしなくては、と思っていた時にブログでこのサービスを知り早速申し込みました。顧問先に配布するのはもちろんですが、この業界では広告や販促といった知識にはうとい社員が多いため、自社内でも朝礼時のレジメとして活用しています。」

(東京都 税理士事務所所長)

『パーソナル・ニュースレターの威力に驚いております。』

「以前からニュースレターのことは知っていました。
会社としてのニュースレターの発行を考えたこともありますが、自分には文章を書く力もないし、社員にもそのような能力のある人間が見つからずそのまま忘れていました。

でも、今回、酒井先生のレポートを見て「これだ」と直感しました。
早速、社内会議を開いてこのサービスの利用を決めました。

営業部隊は全員このテンプレートを元に各自のパーソナル・ニュースレターを持って営業に出ています。発行して間もなく今まであまり発注の多くはなかった企業担当者から早速、新規の発注がありびっくりするとともにパーソナル・ニュースレターの威力に驚いております。

最初は、また社長が何か始めた、としらけていた営業も最近は休日を利用して家でレターを作成している社員もいるようです。社員の意識が変わってきたことも大きな収穫です。」

『バックナンバーを欲しがる方にはファイリングして差し上げています。』

「酒井様

いつもお世話になっております。

商売繁盛の素を発行して既に三ヶ月が過ぎました。実は私は2年前に独立したばかりです。最近では商店街のほとんどのお店にパーソナル・ニュースレターを

お届けしています。よく聞かれる感想はとてもためになります、という言葉です。また、バックナンバーを欲しがる方もおり、ファイリングして差し上げています。

表面はなるべく自分の個性を出すべく、小学生の頃の写真を載せたり、時には長男と一緒に写真を載せたり、実家の犬の写真を載せたりしています。

そのせいか、以前より、親しみを持って声を掛けられるようになってきました。

(先週は「子どもにこれ持っていけ」とお菓子を頂きました。)

これからも期待していますので、末永くよろしく願いいたします。」

(香川県 保険代理店 経営)

『お客様のひと言にハッとすることがきっかけです。』

「こんにちは、埼玉で税理士事務所を開設しています。以前からオリジナルの事務所通信を配布していましたが、ある時お客さんに『税金や法律のことがたくさん書いてあるけどそんなの読まないよ。だって税のことはあんたに任せてるんだから。』と言われハッとしました。恥ずかしながらその時に『顧問先は税のことなんかには興味がないのだ。』とはじめて気がついたのです。考えてみれば当たり前のことですよね。顧問先の興味は税ではなく集客や売上のことなのです。このことがきっかけとなり酒井さんのニュースレターサービスに申し込みをしました。以前からの事務所通信に挟む形で毎月配布しています。記事は私自身の仕事にも役立つ内容なので、実は毎月私自身が一番楽しみにしています。」

(埼玉県 行政書士)

『毎週の営業用の資料として活用できるので助かります。』

既に11回目の配布が完了しました。今までは待ちの営業と言うか、こちらから積極的に仕事を受注に向かう姿勢が欠けていたようです。「お客さんが望むものを、納期を守り、きっちりと仕上げれば良いのだ」と考えていました。地元の連合広告に年賀ハガキの受注広告を出してはいましたが、それ以外に営業や広告の方法も分からず、また、近年、受注量が減少傾向で今後の対策に苦慮していましたが今回のパーソナル・ニュースレターがよいきっかけになりそうな予感がします。パソコンで簡単に作成できて、毎回4回分のテンプレートを頂けるので毎週の営業用の資料として活用できるので助かります。もちろん配布先にも好評です。

(石川県 印刷会社経営)

【当サービスご利用頂いている方からのご質問】

第一次会員の募集時には次のようなお問い合わせを頂いています。回答と合わせてご紹介します。

質問

「他にもテンプレートを提供している会社があるようですが、こちらで提供しているものはどこが違うのでしょうか？」

回答

「お調べ頂くとお分かり頂けると思いますが、現在テンプレートデータを提供している会社はその対象が「工務店」「美容室」「歯科医・開業医」「飲食店」向けのものがほとんどです。

そのため予め用意されている記事が生活、健康、女性向け、あるいは飲食ネタがほとんどです。これらの記事では法人を対象にして発行するニュースレターには不適だと思われるが、**酒井とし夫があなたに提供するテンプレートの記事は集客、広告、販促、ビジネス心理学といったどんな会社やお店で役立つ記事ネタである**、という点が異なります。

また、記事ネタはコピーライターや編集者ではなく出版社大手である日本能率協会マネジメントセンターから「小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術」「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」を出版し、全国で集客、広告、販促、心理学マーケティングについて講演を行っている酒井とし夫が自ら執筆・編集した記事なのであなたの取引先

の会社にとって『役立つ記事である』という点が他のテンプレート提供会社と大きく異なる点です。

また、他の会社で提供しているデータはそのほとんどが月に1回配布する分のデータだけを提供していますので、当然、そのニュースレターは月に一度しか配布することができず、頻繁な営業活動には使用できません。しかし、酒井とし夫があなたに提供するデータは(A)「A4サイズで2ページ分を1セット」と、(B)「A4サイズで1ページ分を3セット」の合計4セット分あります。そのため、**お客さんの重要度合いに応じて月に1~2回の配布や週に1回程度の配布と使い分けて使用することが可能**です。この点も他社の提供するテンプレートデータとは大きく異なる点です。」

質問

「パーソナル・ニュースレターに効果があるのは分かりました。でも、あまりパソコンが得意でない私にも使えるでしょうか？」

回答

「はい、ワープロソフト「ワード」を操作できる事務の方がお一人いれば大丈夫です。たとえあなたや社員の方がワードを使えなかったとしても、事務の方にあなたが書いた手書きの原稿を入力してもらえば作成できます。また、テンプレートの編集作業に関してのお問い合わせはメールやお電話でお問い合わせください。但し、基本的なパソコン操作やワードの操作はご自身で学んでください。」

質問

「毎月の料金は妥当な金額でしょうか？」

回答

「ニュースレターの作成方法には次の3つがあります。(1)自分で書く。(2)ライターさんに外注する。(3)テンプレート(ひな形)を利用する。

(1)はあなたの時間と労力がコストになります。(2)はコピーライターや編集者、フリーのライターに依頼してビジネスネタを書いてもらうとことになりますが、A4裏表の原稿で3万円~5万円程になるはずですが、(3)に料金に関してはご自身でお調べ頂くとお分かりになると思いますが、他のテンプレートデータ提供会社の料金は毎月1万2千円~2万円程度です。そのため月額9800円は割安だと重われます。

また、社員10名でこのテンプレートを使用した場合には一人当たりわずか980円のコストです。もし、月に4回発行した場合には $980円 \div 4回分 = 245円$ です。**一回当たりのニュースレター作成コストが245円です。**費用対効果を考えても非常に低コストです。」

質問

「御社のサービスを利用しようと思っていますが、テンプレートを利用して毎月のパーソナル・ニュースレターを作成する手順を教えてください。」

回答

「毎月、あなたが行う操作は次の4つだけです。

①毎月20日にメールをお送りします。

そのメール内に翌月に使用するテンプレートデータをダウンロードできるサイトの案内を行いますので、アクセスしてテンプレートデータをダウンロードしてください。

②あなたや社員の方ご自身の記事部分だけを書き込んでください。

これらの作業は慣れれば30分~1時間で全て完了する簡単なものです。

③ビジネスネタの記事は予めデータ内に書き込まれているのでそのまま使用してください。

④あなたや社員の方が各自のパーソナル・ニュースレター(個人通信)として営業活動に使用してください。

毎月のデータは(A)「A4サイズで2ページ分を1セット」と、(B)「A4サイズで1ページ分を3セット」の合計4セット分あります。

そのため、お客さんの重要度合いに応じて月に1～2回の配布や週に1回程度の配布と使い分けてください。

※作成手順は後述する「作成手順」の項目もご参照ください。

さらに「今までに頂いたご質問」は続きます。

質問

「テンプレートをデータは自由に編集、改定しても良いのですか？」

回答

「あなたが記入する欄やタイトル部分をご自由に編集、改定して頂いて結構です。ただし、予め書き込んである酒井とし夫が執筆したビジネスネタの記事部分の編集、改定はご遠慮ください。この部分のビジネスネタ記事は酒井とし夫が毎週配信しているメールマガジンの記事をテンプレートデータ用に編集しなおした記事で、その著作権は酒井とし夫に帰属していることをご了承ください。

ビジネスネタ部分には「本記事は契約のうえ、ビジネス本作家・講演者の酒井とし夫氏が寄稿しています。」という注意書きが入りますが、これは**(1)あなたが著作権侵害を行っていないこと、と(2)酒井とし夫と契約している、ということを配布先に公表することになりあなたにとってもメリットがありますので、この文章は削除せずにご使用ください。**

質問

「本当にニュースレターは差別化に効果があるのでしょうか？」

回答

「どの業界でも市場が縮小し、競争が増え、価格競争が激しさを増しています。その中で生き残るには差別化が必要になります。大企業であればモノ、金、ビジネスモデルで差別化できますが、中小企業では「人(ヒト)」での差別化が最も効果的です。その「人(ヒト)」での差別化を実現する方法論の一つがパーソナル・ニュースレターになります。もちろんあなたの日ごろの営業姿勢や提供するサービス、商品の質が低い場合には効果は期待できませんし、即効性のある方法ではありませんので、継続的な努力ができない方にもお勧めしません。また他の営業、広告、販促活動で差別化する方法もありますのであなたが他の方法、手段で差別化を図るのであればニュースレターでなくとも構わないと思います。」

質問

「テンプレートを使用するよりも自社で作成したほうが良いのではないですか？」

回答

「もちろん、取引先にあった記事ネタをあなた自身が書くにこしたことはありません。このテンプレートは『忙しくて時間がとれない』『毎月の記事ネタを考えるのが大変。』という方が利用するサービスです。」

質問

「パーソナル・ニュースレターサービスの申し込みはクレジットカード決済だけですか？」

回答

「はい、サービスの毎月の決済は株式会社インフォトップという会社の月額課金システムの決済システムを使用しているため決済方法はクレジットカード決済のみとなっています。」

質問

「当社には営業マンが5名いますが、皆でテンプレートデータを使用してもよいのでしょうか？」

回答

ニュースレターは「会社のファン」と作るのではなく、「あなたのファン」を作るための媒体です。そのため提供するテンプレートデータは社員20名まではコピーを行い、各自が「個人通信」として営業活動に使用して頂いて結構です。

例えばデータにある「今月のひと言」欄にはあなたや社員各自が原稿を書いて「個人個人が各自で作成したニュースレター（個人通信）」として利用してください。

同様に営業マンのAさんが配布するニュースレターの「今月の挨拶」欄には「Aさんの記事や写真やプロフィール」を入れて、Aさんの「パーソナル・ニュースレター（個人通信）」として活用してください。

質問

「現在、どのような業種の会社が利用しているのですか？」

回答

「現在ご利用のみなさんの業種は印刷業、保険代理店、広告制作業、精密機械製造、税理士事務所、行政書士事務所、コンサルティング、自動車整備、情報サービス、イベント会社で8割を占めています。」

それでは、次にあなたが毎月作成するパーソナル・ニュースレターの作成手順を解説します。

【毎月のパーソナル・ニュースレターの作成手順】

毎月の作成手順は次の4段階だけです。

①毎月20日にメールをお送りします。

毎月20日にメールを配信します。そのメール内に翌月に使用するテンプレートデータをダウンロードできるサイトの案内を行いますので、アクセスしてください。そしてご自身のパソコンへテンプレートデータをダウンロードしてください。

②あなたや社員の方各自でプロフィールを追加してください。

毎月のテンプレートデータには下記の(A)(B)のデータがあります。

(A)「A4サイズで2ページ分を1セット」

(B)「A4サイズで1ページ分を3セット」

そして、(A)のテンプレートデータには表面にあなたが書く「今月のひと言」欄と、あなたを印象付けるためのショルダーコピー部分と、会社のデータを記入する欄もありますのでこちら記入するだけです。**(※忙しくて『今月のひと言』欄も書けないという場合には、『今月の仕事に役立つ雑学』記事を予め記入してある表面(C)を使ってください。こちらを使用すると会社のデータとあなたのプロフィールを書くだけで完成します。)**

The diagram illustrates the layout of a newsletter template, divided into two pages: **表面** (Front) and **裏面** (Back).

- あなたのショルダーコピーを追加する部分** (Your shoulder copy addition part): Located at the top of the front page.
- あなたが書き込む「今月のひと言」部分** (Your writing area for 'This month's words'): A large central area on the front page. A note states: **(文章作成が苦手な方は予めビジネス雑学やビジネスジョークを書き込んだる表紙(C)がありますので、(C)をそのまま使用してください。)** (If you are not good at writing articles, there is a cover (C) with pre-written business trivia or jokes, so please use it as is.)
- あなたのプロフィールや写真を追加する部分。** (Your profile or photo addition part): Located at the bottom of the front page.
- 予め書き込まれている原稿** (Pre-written manuscript): Located on the back page.
- 会社データを記入する部分** (Company data entry part): Located at the bottom of the back page.

A large orange starburst at the bottom center contains the text: **記入式なので わずか数分で出来上がり!** (Since it's a fill-in form, it's ready in just a few minutes!).

(B)のテンプレートデータは毎月3種類ありますが、全てビジネスネタ部分は予め書き込んであります。あなたはご自分のショルダーコピー部分と、会社のデータを記入する欄だけ記入するだけです。



これらの作業は毎月数分で完了する簡単なものです。

③ビジネスネタの記事は予めデータ内に書き込まれているのでそのまま使用してください。

テンプレートデータにはビジネスネタが予め書き込まれていますので、そのまますぐに使用することができます。

④あなたや社員の方が各自のパーソナル・ニュースレター(個人通信)として営業活動に使用してください。

テンプレートデータにはビジネスネタが予め書き込まれていますので、そのまますぐに使用することができます。

以上で毎月の作成手順は完了です。作成作業自体はこのように簡単です。

酒井とし夫のテンプレートを利用したパーソナル・ニュースレターをご希望の方は下記より今すぐにお申し込みください。



酒井とし夫のパーソナル・ニュースレター用のテンプレート(ひな形)をご希望の方は今すぐに下記をクリックしてください。

アクセスが集中して表示ができない場合がありますが、その場合には時間を空けて何度か下記をクリックしてください。

お申し込みは
カンタンです。

<http://www.middleage.jp/newsprint/>



☆法人営業に役立つニュースレターの効果的な使い方の具体的な方法をお知りになりたい方は下記サイトもお読みください。

『法人営業に役立つニュースレターの効果的な使い方』

→ <http://www.middleage.jp/newsprint/howtonl.html>

最後に/酒井とし夫からあなたへ

ここまでお読み頂き誠にありがとうございました。

今の日本には市場規模が縮小し、競争がたくさん存在する業界で、扱っている商品の差別化ができずに苦勞している中小企業がたくさん存在します。

一般的に中小企業は経営資源が少ないために先端技術を取り入れた商品開発や画期的なビジネスモデルの構築、豊富な資金と人員を背景にした全国展開等の差別化ができません。

しかし、中小企業であっても大手と互角に戦い、結果を出している会社も存在します。

彼らは「商品の特徴」に頼ったり、「会社の看板」に頼ったり、「価格の安さや値引き」に頼るのではなく、「人(=自分や社員)を競合との差別化要因」にして他の会社の苦戦を横目に見ながら一人で悠々と結果を出し続けています。

それは「あの商品だから買う」のではなく「**あの人**に**お願いする**」という受注の仕方を構築しているからです。

そして、ごく普通の営業マンがお客さんから「あの人に仕事をお願いしたい」と思われるための方法としては心理学の単純接触を理解して(接触頻度を増やす)、お客さんとの類似性(共通点を見つけてもらう)、さらに自己開示(自分をさらけ出す)ことを繰り返すことです。さらにお客さんに役立つ情報を提供(返報性の原理)して恩義や信頼を得ることです。

この方法に**最も適した戦略的販促ツールがあなたやあなたの会社の社員一人ひとりが発行する「ニュースレター」**です。これは「営業マン一人ひとりが発行する情報新聞」「社員一人ひとりが配布する自分通信」です。

その効果と実例、そしてその作成の注意点についてはここまで詳しく述べました。是非、あなたも自ら、そして社員の一人ひとりの方に声をかけて、「ニュースレター」を作成し、新規客の獲得と既存客からの売上げアップを手に入れてください。「ニュースレター」の発行はほとんどコストがかからず、無理なくお客さんとの親密さ、信頼関係を構築してくれます。

しかも、テンプレート(ひな形)を利用すれば、毎月30分～1時間の手間で作成が可能です。

成功とは難しいことをするのではなく、誰でも出来るけれど、誰もやらない、あるいは誰もやり続けられないことの中に“飛躍の鍵”があります。

テンプレートを利用してあなたとあなたの会社の社員の方が一人でも多くのファン(お客様)を増やすことができますように。あなたの健闘を祈ります！！

最後までお読み頂き本当にありがとうございました。あなたの益々のご活躍と御社のご発展を祈念申し上げます。

『物事を考える人間は大勢いるが、行動を起こすのはたった一人だ。』
(シャルル・ド・ゴール)

酒井とし夫



酒井とし夫のパーソナル・ニュースレター用のテンプレート

(ひな形) をご希望の方は下記からどうぞ。

<http://www.middleage.jp/newsprint/>

BtoB企業用パーソナル・ニュースレターのひな形データ 提供サービス制作責任者

制作責任者：酒井とし夫

ファーストアドバンテージ株式会社 代表取締役



■プロフィール

(以下、書籍のプロフィール欄より抜粋)

1962年4月10日生まれ。新潟在住。立教大学社会学部卒業後、中堅広告代理店勤務。その後、広告制作会社を設立。

以降、広告制作、モデル派遣事業、撮影ディレクション、アイデア商品販売、キャラクターグッズ販売、露天商、パソコン家庭教師派遣事業、パソコン・スクール事業、トレーディング・インストラクション事業、インターネット通販、コンサルティング事業等数々のビジネスを立ち上げる。

現在、マーケティング&トレーディングカンパニー「ファーストアドバンテージ株式会社」代表取締役。

ITビジネスやトレーディングに関するEBOOKを4年間で9,200本以上販売し、社員数2名で年商1億円を実現した情報起業家として、また、小さな会社の経営者や起業志望者を応援するコンサルタント、アドバイザーとして大いに注目されている。

出版書籍は「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」(日本能率協会マネジメントセンター刊)、「小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術」(日本能率協会マネジメントセンター刊)。

読者数2万7千人超(平成22年04月現在)のメルマガ「1分で学ぶ!小さな会社やお店の集客・広告宣伝・販促」を毎週配信し、ブログ「集客方法とキャッチコピーと広告宣伝の秘訣」も月間ページビュー数が1万5千人以上の人気となっている。

また、全国の地方自治体、法人会、商工会、企業からの依頼を受けて開催される講演会「お金をかけずに売上げを伸ばす!7つの広告販促ノウハウ」「インターネットビジネスと広告宣伝心理術」「売れる広告コピーの書き方」「心理マーケティング」は多くの経営者、起業独立志望者から好評を得ている。

■著書

「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」

(日本能率協会マネジメントセンター)

※アマゾン予約申込だけで**総合ランキング 13 位**獲得。

※**日本経済新聞の全国紙一面**で広告掲載。



「小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術」

(日本能率協会マネジメントセンター)

※ランチェスター経営で有名な一流コンサルタント**竹田陽一先生**から本の帯に**推薦の言葉**を頂戴。

※**アマゾン/マーケティング・セールス部門第1位**獲得。



※**中国語翻訳版**が中国と台湾で発売開始。

■ブログ

「集客方法とキャッチコピーと広告宣伝の秘訣」

<http://admarketing.jp/>

■メルマガ

「1分で学ぶ!小さな会社やお店の集客・広告宣伝・販促」

<http://www.mag2.com/m/0000257876.html>

■サイト

集客できるチラシやキャッチコピー、ネット shop を作る!

広告宣伝心理術

<http://www.howtosuccess.info/>

■マスコミ掲載・寄稿履歴

主な掲載履歴

- 日本経済新聞
- OBSラジオ
- トラベルジャーナル
- 島原新聞
- 糸西タイムズ
- 上越よみうり
- 新潟日報新聞
- 新潟経済社会リサーチセンター月報
- 月刊バイタリティ
- ビジネスブックマラソン
- 科学出版社(中国)

他。



■主な講演履歴 ■新潟商工会議所主催経営創業塾

- 加藤会計社 経営研究会
 - はましん経営アカデミー、小浜信用金庫、小浜法人会、小浜商工会議所主催講演会
 - スマイル車検新潟グループ主催 経営勉強会
 - 糸魚川ロータリークラブ主催 講演会
 - ワタナベメディアプロダクツ株式会社主催 実践セミナー
 - 石川県商工会連合会主催 経営革新塾
 - 三井住友海上火災保険株式会社主催 講演会
 - 中部飼料主催 講演会
- その他多数。

