

お客様の心に届く、 心に響く 魅力ある チラシの作り方 (実践編)②

〈第5回 最終回〉

知田 良博(WELL・BE) &
CP編集部編

※ウェルビホームページアドレス

<http://www.well-be.jp/>

※Blog <http://y-chida.jugem.jp>

※E-mail(知田) chida@well-be.jp



最近、スイミングクラブのチラシ
内容に変化が見られます。競うよ
うに「割安感」を打ち出してきた流
れから、スイミングの目的やスイミ
ングへの思いを表記するクラブが多
くなってきた感じがします。少しは
このシリーズの影響があるのでは
うか?

チラシ作りはターゲットを絞って

「スイミングを必要としている人」
へメッセージを送る媒体であり、ス
タッフの熱い思いを伝えるチャン
ス! 思い浮かんだフレーズは常
にメモを残しながら、「今度はどん
なチラシを作ろうか!」と日頃から
取り組んでいれば、その熱さは必ず
読者に伝わるはず。前号の作成手
順「9ステップ」を一読していただい

てから、読み始めていただくと、更
に「チラシ作り」の楽しさが理解で
きると思います。

シリーズでお伝えしてきた「魅力
あるチラシの作り方」は今回が最終

チラシ作成の為の心構え!!

前号では、「お客様にとっての魅
力あるチラシ作り」を視点に、その
作成手順についてまとめさせてい
たきました。もう既に、上記の視点
を踏まえてチラシ作りに努められ
ているクラブもあるでしょう。更
に、魅力あるチラシでお客様を呼
び込み、多大なる活力を地域の皆
様に発信されておられるクラブも
あることでしょう。

「チラシの反応が高まらない」「体
験者が集まらない」「チラシを見て
もらえていないか不安」「企画を乗せ
ても反応が薄い」など、そうした体
験をお持ちの皆様方の参考になれ
ば大変うれしく思います。

ただ、私達がこうした取り組み
を強めてゆく中で、意識しなければ
ならない事が1点あります。それ
は、時に「お客様に足を運んでも
らいたい気持ち」が大きくなればな
る程に、「売り込みの姿勢」が強
なってしまうという事です。「健康
になつてもらいたい!!」「元気にな
つてもらいたい!!」「足を運んでも
らいたい!!」...そうした、私達の「思
いや願望」が膨らめば膨らむほど
伝えたいことの幅はどんどん広
がっていきます。

お客様との信頼関係が築けてい

回となりました。僅か5回です
から、連載をコピーしてファイルし、
これからのチラシ作りの「基本帳」
としてご活用いただければ幸いで
す。
(編集部)

る場合には、より「親密度」を高め
ることに直結していくのですが、特
に「初対面」や「チラシ」などと言
った顔の見えない相手に媒体を活用
する場合などには、反対に「売り込
まれている」という印象を与えてし
まう可能性があるということを心
得ておかねばならないのです。
例えば、「健康になつてもらいたい
!!」と願う余りに、「商品の内容」ば
かりを伝えようとしてしまう。「元
気になつてもらいたい!!」と願う余
りに、「一方的な説明」ばかりにな
ってしまう。「足を運んでもらいた
い!!」と願う余りに、「売り込みの
姿勢」が強くなってしまう、とい
つた具合にです。

「商品」を伝えようとすればする
ほど、「一方的な売り込みの姿勢」
が強くなってしまうのですが、この
ことが本来伝えるべき私たちの思
いや願ひからはかけ離れ、どんな
お客様にとっての視点が薄れて
いつてしまうということを招きかね
ません。

「価値」とは、「その商品がどのく
らい」お客様にお役に立っている
か?との度合いです。「商品」を購
入する事によるお客様のメリッ

「魅力あるチラシ作り」の9ステップ 「作成事例：初級編」

① 定年後の時間を有意義に過ごされたい
60歳以上の皆様へ

② 泳げなくても、顔が付けられなくても、安心して運動を楽しめる

水中ウォーキング教室のご紹介

③ 慢性的な腰痛で、朝起きるのがつらい…、
肩こりがひどくて腕が上がりにく…、
膝の痛みで階段の上り下りがつらい…、

④ 「腰痛・肩こり」などの痛みを緩和し、趣味や家族との大切な
「定年後の時間」を有意義に過ごしましょう。

⑤ 通院回数が半減！持病の腰痛も和らぎ、毎日の生活が明るくなりました。

⑥ 今年の秋は、いつもとちよっと
違った時間を過ごしませんか？

⑦ 水中ウォーキング教室のご案内

⑧ 施設までのご案内

“Well-Be.”
秋のプール運動のご紹介

秋の紅葉が様々な模様を変え、心を癒してくれる季節になりましたが、いかがお過ごしでしょうか？（自己紹介を入れながら、メッセージを伝えよう。）

皆さんの中には、何か始めようと思われているもの、何から始めていいかわからない…、
「続けられるかな…」等々、初めての第一歩を踏み出せない方も多くいらっしゃるのではないかと思います。
そうしたお声を受けて今回、初めての方でも安心してご利用頂ける「○○○企画」をご用意させて頂きました。
運動の楽しさ、水の心地よさ、清々しさを身体で感じて頂き、少しの「気持ち」がお身体を見つめ直す機会として日々の健康管理にお役立て頂けること大変嬉しく思います。
地域の皆様が生きていく中で、定年後の時間を有意義に過ごすための一助を、皆様の健康作りをお手伝いさせて頂きたいと思っております。
是非、皆様のお越しを心よりお待ちしております。

60歳で長男と二人で長男と二人決意して健康をかねて始めました。年齢とともに腰の痛みが増してきたこともあり、病院通いが欠かせなくなりました。自費に不安を感じ始めていた時に、水中でも泳ぐことが出来て運動できる事を知りました。
初めは水着になる事に躊躇していましたが、これからの自分の身体に向き合うために、思い切って体験から始めてみることにしました。実際にプールで歩いてみると、水の中は浮力がある。陸上で歩いているような痛みも和らぎ、気持ちよく毎日のウォーキングを楽しんでいます。持病の腰痛も少しずつですが回復に向かい、通院回数も半減しています。
今では私の大好きなゴルフも楽しめるようになり、仲間達との大切な時間を有意義に過ごせるようになりました。また、休みの日には、孫達と一緒にプールで楽しい一時を過ごすようになり、充実した時間を過ごしています。今後ともどうぞよろしくお願い致します。

●プール運動の様子を、タイムスケジュールなど載せてイメージが湧くように。
●水中運動の楽しさ（水中運動が身体に優しい理由等）を載せてみるのも効果的。
●近々開催が予定されている施設など掲載。等々

・体験期間
・定員
・会費
・体験チケット…等々

■体験のお申し込みは…

「ト」を感じて頂くことの出来ない
「中身」では、チラシの効果を高めるところか、「売り込み感・セールス感の強いチラシ」や、「お客様離れに繋がってしまうチラシ」になってしまう可能性があるので、どんな「魅力ある商品」でも、どんな「価値あるサービス」でも、お客様にとつての「価値（メリット）」を感じていただくことが出来なければ、お客様の心には届かない。その価値が「伝わらなかつたら」それはお客様の「心に響かない」のです。HPなどでは、教室の内容などがとても分かりやすく表現なされている事が多いのですが、それと同じように「価値」を伝えられたなら、随分と魅力あるチラシになるのではないかと思います。

今一度、届けたいお客様に、届けたいメッセージがチラシの中で表現されているかどうか？
お客様の悩みや不安や願いに寄り添うメッセージがチラシの中で表現されているか？
お客様の視点から「伝えたい人」だけ伝えられる「きつかけ」を待っている人にだけ伝えられる、そんな「魅力あるチラシ作り」ができれば、きつと私達の思いも届けられるのではないかと思います。お客様の抱えている「不安」や「悩み」に

最後は…。
恥ずかしながら、私はこれまで企業が目標とすべきことは「儲けること」だと思っていました。チラシを通じて足を運んでもらえる方が多ければ、それだけ会社の利益に繋がります。事だと思っていました。

を存続させること、そしてその中身がとても重要だと思えるように変化してきたのです。なぜなら、「儲けること」を目標に限定してしまつと、「お客様の視点」が薄れてしまつてしまいます。そして、私自身を含めてスタッフ一人ひとりのモチベーションを維持できなくなつてしまつてしまつた。幾度もそうした出来事がありました。離れていくお客様をたくさん見えてきました。世の中にはたくさんのお客様がいて、多くの人が働いています。そしてこの瞬間にも新たな会社が生まれています。世の中には必ず売り上げ以外の思いが存在します。そして、その思い

は経営者の真の願いであり、それが社是や理念として掲げられているということに今にしてようやく思えるようになったのです。
ちなみに皆さんもご存じのあの東京デイズニールランドを運営するオリエンタルランドの企業理念をご存じですか？HPを見ると「自由でみずみずしい発想を原動力に、すばらしい夢と感動、人としての喜び、そして、やすらぎを提供します」との理念が掲げられています。その為にゲストを迎え入れるアトラクションが無数にくり広げられています。お客様に高い支持を受けて計画当初は多くの投資家から「利

「魅力あるチラシ作り」の9ステップ 「作成手順：初級編」

第①の場面 『商品』をハッキリしよう

第②の場面 『目的』をハッキリしよう

第③の場面 『対象者』をハッキリしよう

※数値目標と活用方法を確認しておきましょう

＜今回のチラシ作成事例の対象者＞

■コース：「水中ウォーキング教室」

■目的：「体験者の獲得」

●年齢：60歳以上 ●性別：男性

●職業：定年者 ●施設の利用者

●商品・教室の事知らない人

●家族構成：息子夫婦と同居しており孫が2人等

土台作りの段階

＜作成事例＞

①定年後の時間を有意義に過ごしたいと願う
60歳の男性

②秋のプール運動体験教室
水中ウォーキング教室のご紹介

③慢性的な腰痛・肩こり・膝の痛みでお困りの方等
健康不安の解消により、定年後の時間を応援

④通院回数が半減、持病が和らぎ、毎日を明るく、
元気に過ごされる会員様のご紹介

⑤別紙参照

⑥水中ウォーキング教室のご案内
別紙参照

⑦別紙参照

⑧別紙参照

⑨別紙参照

⑩別紙参照

⑪別紙参照

⑫別紙参照

⑬別紙参照

⑭別紙参照

⑮別紙参照

⑯別紙参照

⑰別紙参照

⑱別紙参照

⑲別紙参照

⑳別紙参照

㉑別紙参照

㉒別紙参照

㉓別紙参照

㉔別紙参照

㉕別紙参照

㉖別紙参照

㉗別紙参照

㉘別紙参照

㉙別紙参照

㉚別紙参照

㉛別紙参照

㉜別紙参照

㉝別紙参照

㉞別紙参照

㉟別紙参照

㊱別紙参照

㊲別紙参照

㊳別紙参照

㊴別紙参照

㊵別紙参照

㊶別紙参照

㊷別紙参照

㊸別紙参照

㊹別紙参照

㊺別紙参照

㊻別紙参照

㊼別紙参照

㊽別紙参照

㊾別紙参照

㊿別紙参照

益の出ないアトラクションを作っても儲かるはずがない!!」と言われ続けていたそうです。しかし、ウォルト・ディズニーは言いました。「遊園地を創るのではないんだ!!」。

それと同じように、皆さんの働く職場でも必ず「儲けること」以外の「思い」や「願い」があり、ワクワクしたり、ドキドキしたり、楽しんでももらえたり、喜んでもらえたり、世の中に立つのではないかと思えたり、また、人が幸せになれるような「理念」があるのではないかと思います。

そうした「企業理念」を伝え、この事業を存続させたいと願う気持ちを「実現」させるが為に、たくさん条件があつて、クリアしていかなければならないことがたくさんあるのだと思えるようになったの

です。

「事業を存続しつづける事」の背景にある「理念」を実現する為の条件として、「赤字であつてはいけない」とか、「地域の人が喜べるものでなければいけない」とか、「社員が生き生きと元気でなければならぬ」とか、「入会を獲得しなければならぬ」とか、「退会を抑えなければならぬ」……数えあげればきりがありません。いかに、クリアしなければならぬ条件がたくさんあります。しかし、それは、大きな目標を実現するための手段であつて、そのことが自体が目的になつてしまつてはいけません。チラシ作りもそのための手段にすぎないのです!! お客様と直に接するスタッフレベルにおいて、その事の理解と共有こそが、クラブの価値を高め、地域の皆様方

に対する役立ちの支援と成り得る事だと常日頃実感しています。

しかし、その事の「意味」や「価値」が伝えられず倒産していくクラブがある事もまた事実です。「企業の願い」「個人の願い」が「理念」とはかけ離れてゆき、そのこと事態にも気付かなくなつてしまつた事の表れではないかと感じてなりません。また、その思いを膨らませていくことができないならば、企業も、そして、そこで働く個人にとつても幸せからは遠ざかつてしまうことは確かな事。そうすれば、地域の健康作り・業界の活性化どころか、衰退に繋がりが得るのではないかと感じています。

今回は、お客様にとつての魅力あるチラシ作りを視点に、その作成手順についてまとめさせて頂きました。もう既に、上記の視点を踏まえてチラシ作りに努められているクラブもあるでしょう。更に、魅力溢れるチラシ作りで、お客様に足を運んで頂き、多大なる活力を地域の皆様にお届けされているスクールもあるでしょう。

「チラシ作り」はあくまで、企業理念実現の為の手段にすぎません。お客様を集めることだけを目標にしてはならないと言うことです。そしてその過程を通じて、お客様の視点を高める機会とな

り、お客様の求めに応じた商品(指導現場)に成り得ているかどうか? との「価値」を見つめ直す契機として活用できうる術も忘れてはならないと思います。

そして、出来るならば、お客様から頂戴した会費は、「広告宣伝費」などに用いずに、既にご利用下さっている会員方々に対して「還元」すべきものというのが正直なところの私の本音です。現在ご利用くださっているお客様は満足度を高めるが為の取り組みが、新たな喜びや感動を生み出し、その取り組み自体が、商品の価値を高め、クラブの価値を高め、個人としての喜びに繋がりが得たなら、それほど喜ばしいことはありません。

「チラシ」を入れなくともお客様の集まるお店・支持され続けているお店が数多くあることに勇気づけられると同時に、まだまだこうした「広告宣伝」に頼らざるを得ない今の商品力、今の指導力を改めて見つめ直す必要性を強く感じてなりません。

そして今回、「お客様にとつての魅力あるチラシ作り」の作成手順に基きながら、大人向けの「プール運動プログラム」を中心に作成事例をご用意させて頂きました。作成手順は、子供のスクールであつても大人のスクールであつても同じです。

今一度、お客様満足についての原点に立ち返り、地域の皆様の抱いておられる「不安や悩み」「期待や

欲求」に目を向けながら、私達の果たすべき役割を見つめ直していく為のきっかけとしてご利用頂ければ幸いです。そして、何か一つでも、クラブの為、会員の皆様の為、そこで働くスタッフの為、そして、地域の皆様方の健康作りの一環としてご利用いただければ大変嬉しく思います。

もし、チラシの作成や、プログラムに関するなどで分からないことや、ご相談事などがありましたらお気軽にご相談下さいね。

最後になりましたが、この1年、私にこのような機会を与えて下さいました体力健康新社の鶴谷様、本当に有難うございました。また、連載をご覧いただきました皆様、本当に有難うございました。皆様より熱きお声を頂戴できたこと大変嬉しく思います。皆様とこの縁に感謝をお伝えしたいと同時に、心よりお礼を申し上げます。本当に有難うございました。

(終)

Well-Be
Pool & Dance Program of Well-Be for Kids
チャレンジしよう若生えまた!
とる気持ち
7-11の成果が!
水泳教室
10月10日
10月11日
10月12日
10月13日
10月14日
10月15日
10月16日
10月17日
10月18日
10月19日
10月20日
10月21日
10月22日
10月23日
10月24日
10月25日
10月26日
10月27日
10月28日
10月29日
10月30日
10月31日

学生の頃よりウェルビーでアルバイトを始めました。子供達と関わり合う事が大好きで、プールはもとより、海や山、川でキャンプをしたりと、とにかく現場が好きでアウトドアが大好きな私です。たくさんの会員の皆様のお力添えがあつて今の私がある事を強く実感しています。同じ業界に携わる一人として、これから人と人とのご縁を大切にしながら、とにかく仕事を楽しくしたいと思っています。