

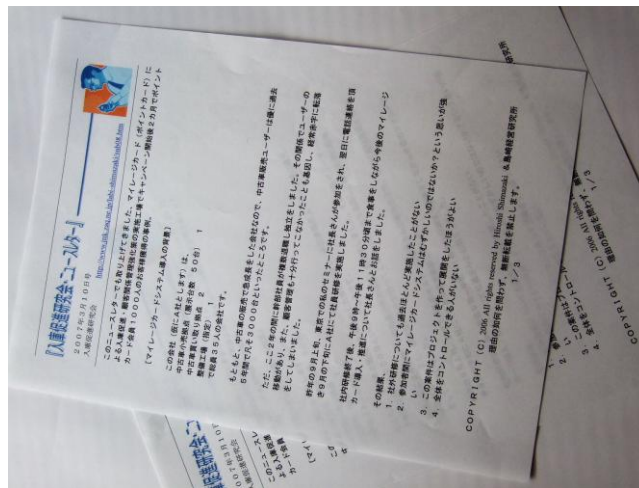
# ニュースレター活用法

「ニュースレター」。ご承知のように、自動車整備業や中古車販売店のお客さまとの良好な信頼関係を増幅するツールです。

極めて一部の自動車整備工場や中古車販売店が「簡単整備ニュース」とか「お得な整備新聞」とか「クルマが元気になる瓦版」といったタイトルで発行しています。

ニュースレターは現在、折込チラシやDMといった紙媒体の効果が出にくくなっている中で、極めて低コストで効果を発揮しています。

●守秘義務のため、支援先のニュースレターをこの小冊子に掲載することができません。そこで、恐縮ですが、島崎経営研究所の「在庫促進研究会」向けのニュースレターを参考までに掲載をさせていただくことにしました。



「ニュースレター」？・・・・・・。また、手間のかかることを言うんじゃないの？  
と感じられた方・・・・・・。ご心配には及びません。

実は、ここに 短時間で簡単にニュースレターを作成する方法があるんです。

そのポイントは三つです。

一つ目は、**タイトルは会社名とは違ったものにする**ということです。  
よく失敗するケースに多いのはタイトルが「〇〇整備新聞」となっているのに中身がほとんどその会社の宣伝になっているもの。

ニュースレターではあまり売り込み臭さがしない告知を記事全体の20%以内に抑えることが成功につながります。過度の売り込みは失敗の元です。

二つめは、**綺麗すぎる印刷はしない**ということです。綺麗過ぎる印刷はかえってマイナスです。むしろ、手書きで斜め画きがかえってお客さまの視線を釘付けにします。そして、綺麗より親しみの湧くように作ることが大切です。

三つ目は、**社長さんやスタッフの個人的な情報を入れる**ようにしましょう。  
具体的には整備スタッフの〇〇君が結婚しましたとか販売スタッフの〇〇君がスキーにいきケガをしてしまいました。といった個人的な状況を書くことがポイントとなります。

なぜなら、**個人的な情報を提供すればするほど、お客さまも身近な存在として感じてくれるから**です。面識の無いお客さまでも以前から知っているような錯覚を感じてしまうからなのです。

クルマの販売成約をした場合などでは「数ある販売店の中より当社をお選びいただきありがとうございます」ということで、お客さまの了解を得た上でお客さまの喜びの声をニュースレターに掲載させていただく。

そうするとどういふ現象が起きるかと言うと、喜びの声を掲載されたお客さまは「このニュースレター」にわたしのことが掲載されているのよ」ね、見て。とばかりにまわりの人たちに話し始める。当然ですが、掲載されているニュースレターの発行元を褒めちぎることとなる。

さらに、「周りの人たちで車検や新車・中古車でお役にたてそうな方に、このニュースレターを渡してあげてください」とお願いをしておくとお客さまが勝手に営業までしてくれる。

そして、これからのニュースレターの新しい配布方法としてはニュースレターの目次のみをメールで配信し、詳しくはホームページをご覧くださいと書いておくだけでお客さまがあなたのサイトにアクセスをしてくれる。

この方法だとサイトを更新するだけでニュースレターの告知費用は発生しないということになる。

サイトを更新するだけであれば市販のソフトで十分だし何よりも低コストなのが嬉しい。

ニュースレターに掲載する内容としては、

- ・整備のまめ知識
- ・社員さんの近況
- ・社員さんの笑える失敗
- ・お客さまの声
- ・会社のイベント情報やお勧め商品・サービスの紹介（さりげなく）

このような内容を堅苦しくなく、手書きなどで記載すると効果が更に増すことになる。

その結果、あなたはこのニュースレターを使って、

「あなたから、中古車を買いたい」

「是非、あなたに車検をお願いしたい」

そんな強い信頼関係に裏打ちされたお客さまを、確実に集めることができます。

ニュースレターの配布の方法は半年に一度は郵送とし他はメールでコンタクトをとるのも方法。

いずれにしても1年間に4回程度お客さまと接点があれば脱落客にはならない。

新規のお客さまを獲得したいとなれば、ポストインという方法もあります。