



POINT

ターゲット選定や客層に適したメッセージの作成・発信が新規開拓のカギ

広い客層に届ける広告だけでなく、ターゲットを絞ったアプローチが可能なSNSなど、様々な情報発信の方法がある。①で設定したターゲットに対してどの媒体の活用が最も効果的かを検討したうえで情報発信するようアドバイスしたい。

ターゲットの傾向を理解し最適な情報発信を行う

③について媒体ごとの基本的なアプローチ方法を以下に示すので、参考にしてほしい。

・ 広告（紙媒体）
新聞折込やポスティングなどのチラシを配布する場合は、配布する地域や内容の吟味が大切だ。はじめはチラシのパターンを複数作成して試験的に配布して反応があった割合を確認し、特に効果が高いものを改善してもらおうとよいだろう。

・ Webマーケティング
Webサイトを使った集客には、SEO対策やインターネット広告、SNSを活用してWebサイトに誘導を行い、問

い合わせや資料請求、セミナーへ集客する方法がある。

フェイスブックやインスタグラムなどのSNSもそれぞれ特徴が異なる。その特徴や使われ方などの情報を提供し、どのターゲットに対してどのような手法を使うと最も効果的かを一緒に考えてほしい。

・ テレアポ
テレアポを行うなら、電話するターゲットを一覧表にした営業先リストと、話す内容や順番をまとめたトークスクリプトが重要だ。特にトークスクリプトの完成度が成果を左右する。成果が出ていない取引先には、トークスクリプトの見直しを勧めよう。同時に、3D作戦（DM送付↓電話をかける↓出向く）もターゲットによっては有効なので紹介したい。

コロナで多い悩みの具体策を解説 取引先が抱えるこんな悩みには このようにアドバイスしよう

新型コロナウイルスの影響により、取引先には様々な課題が生じている。多く聞かれる課題から、具体的な提案方法を解説する。

客足の減少に関する悩み

1 店舗の客足が減ってしまい、完全に戻る見込みがないので新規顧客を呼び込みたい...

中小企業診断士 杉本光生



新

規開拓をどうすればよいのかは、取引先からよく聞かれる質問だろう。中でも小売業やサービス業などの店舗を持つ業種は、コロナ前よりも客足が減った状態が続き、従来以外の客層を開拓する必要性に迫られているはずだ。

新規開拓は基本的に、①ターゲット（市場）の選定、②商品の魅力を伝えるメッセージの作成、③媒体の特性を活かしたアプローチ——の3ステップで進める。以下に各ステップのポイントを紹介するので取引先への提案に活かしてほしい。

新規顧客開拓のための3つのステップとは...

①ターゲット（市場）の選定
新規開拓を進めるとき、最初に取り組むのがターゲットの選定だ。これを見誤るとアプローチしても成果を上げることは難しい。取引先の商品やサービスに関わる市場で何が必要とされているのか、そこにいる顧客の悩みには何があるのかなどを改めて考えてもらおう。このプロセスを通じて新たなターゲットが見えてくる。

②商品の魅力を伝えるメッセージ

ジの作成
新たなターゲットを選定できても、商品やサービスの魅力を感じられないトークや広告では新規の顧客を獲得できない。新規開拓でメッセージ作りは最も大切な要素ともいえる。

取引先には、自社の商品やサービスで特に注目してほしい特徴を明確化し、メッセージを伝えるWebサイトのページ開設計画、営業用のセールストーク・資料の作成を提案しよう。

③媒体の特性を活かしたアプローチ
次に、アプローチ方法だ。幅