

赤子の手をひねる様に、戦略のある会社が戦略のない会社を攻める。

赤子の手をひねる様に、  
戦略のある会社が  
戦略のない会社を攻める。

広告・チラシの小手先のツールにばかり、  
気を取られないで下さい。



By Norio Shiina

マーケティング情報センター

Copyright 2005 Norio Shiina & MD Inc ALL rights reserved.

赤子の手をひねる様に、戦略のある会社が戦略のない会社を攻める。

「カンタンマーケ塾」での出来事。

遠く仙台から参加してくれた方に叱られました。

「今回参加して、自分で広告が作れると思い始めました。」

「でも、どうして今まで教えてくれなかったのですか」

「チラシを真似して失敗する理由」

「戦略レベルの話」

ニュースレターを通じて、

どうして、これまで教えてくれなかったのですか？

私は答えました。

「えっ、ニュースレターじゃ伝えられないですよ。今日だって2時間30分以上かかったでしょう…」

12日に開催した「カンタンマーケ塾」は、商品のライフサイクルに関する勉強会でした。

テーマは【たった一人で出来る戦略構築法】です。

役立つノウハウを伝えたのに、叱られてしまったのです。(苦笑)

仕方がないことですが…

なぜならば、セミナー以外で戦略構築の話をした事はありませんでした。それは、じっくり時間を掛けなければ、相手に伝わらないからです。

そして、戦略の話をしなかったもう一つの理由は、多くの方が小手先のツールばかりに興味があるからです。例えば、

**マーケティング情報センター**

Copyright 2005 Norio Shiina & MD Inc ALL rights reserved.

赤子の手をひねる様に、戦略のある会社が戦略のない会社を攻める。

- ・ チラシの作り方
- ・ セールストークのノウハウ
- ・ ニュースレターの作り方

でも、本当は戦略を作る方法を先に知る事の方が望ましいのです。

実は、戦略が作れると、あなたの知りたい事が驚くほどの確に予測できます。

自分の扱っている商材の寿命はいつまでなのか？

大型化、専門化、特化した販売戦略にいつ参入すればいいのか？

また、戦略を作る過程でアイデアがあふれ出し、広告・チラシの作り方等に悩むことが少なくなるでしょう。そして、今後の会社の方向性を知ることも出来るのです。

大型店、専門店、アウトソーシング？ 自分に合ったビジネスモデルとは？

一番利益を上げてくれる購買層にターゲットがあっているか？

会社設立後は順調だったのに、数年すると必ずスランプに落ちる理由？

小冊子を読んでくれたお客の声を集めてもダントツになれない理由？

導入期・成長期・成熟期別のまったく異なる広告戦略とは？

差別化した商材を作る方法とは？

お客が集まってくるお客様の声とは？

地域一番店に打ち勝つ戦略とは？

市場が成熟したときに不可欠な集客ツールとは？

圧倒的に口コミが発生する顧客のリスト分けの方法とは？

「椎名、ウソつくなよ」

「上げさだぞ…」

と思っているでしょうね。

**マーケティング情報センター**

Copyright 2005 Norio Shiina & MD Inc ALL rights reserved.



仙台から参加した株式会社リプライ様

の初参加ですが、即物的な回答を出すセミナーではなく、  
つまり、小手先を学ぶのではなく、マーケティングの基本から、  
学べることは、新鮮です。

今日、知り得て良かった点は、沢山ありましたよ。  
また、今の時期に、知っておくべきこと、タイミング良く学べるこ  
は、無敵の縁か？などと、一人喜んでいました。

①広告コピー(或中込)を見ているだけでは、理解できないことが、  
わかりましたね。⇒自分で広告等をつくるのが出来るよ、今、思  
い始めています。やはり、底辺にある基本は、大事です。  
それがないと、現状を認識も誤ってしまうから。

※あなたの声を、弊社顧客に伝える場合、どうすれば良いでしょうか？(口実名 口匿名)ならOK

ご住所 〒	[REDACTED]	
御社名	(株) リプライ	お名前 八木 猛

お分かり頂けましたか？

広告・チラシ、セールストーク、信者化、その他のツール…

この様な小手先のツールばかりに目を向けず、戦略の構築に目を向けてください。あなたがモヤモヤと  
感じているものが、一気に晴れるはずですよ。

本当ですよ。

大切な事なので繰り返します。戦略の作り方を知れば、広告・チラシの作り方等々…

小手先のツールを作るヒントが、あなたご自身からあふれ出てきます。

マーケティング情報センター

赤子の手をひねる様に、戦略のある会社が戦略のない会社を攻める。

そして、今後の会社の方向性も見えてくるはずです。是非、戦略の作り方を覚えてください。

今、多くの戦略のある会社が、戦略の無い会社と競争しているのです。

次から次ぎへとアイデアが溢れ出てくる戦略のある会社が、広告・チラシの作り方に悩んでいる会社と競争するのです。戦いにならないですよね・・・

もし、戦略の必要性に気づいたら、この本をじっくり読んで下さい。

使い方が分かるまで・・・

[「60分間・企業ダントツ化プロジェクト 顧客感情をベースにした戦略構築法」](#)

今後、この無料コンテンツやニュースレター月間【広告戦略会議】で、戦略構築に関するコンテンツを取り上げていきます。

それでは、また。

追伸

広告・チラシ等の小手先のツールに悩んだら、戦略を見直してください。

もし、戦略が無いことに気づいたら、早めに対処してください。

**マーケティング情報センター**

Copyright 2005 Norio Shiina & MD Inc ALL rights reserved.