

事例集・解説編

2. アクセサリーパーツカタログ

Before



アクセサリの部材メーカーが出していたカタログ。
個人でアクセサリ教室を開かれている先生たちが主な顧客です。

売上が年々下がってきているようで、
「商品と価格は変えられないが、なんとか売上を伸ばしたい」と、ご依頼を受けました。

現状のカタログを見せて頂いたところ、
商品名、写真、型番、金額、サイズ等の情報が記載されているだけのシンプルなものでした。
ごく一般的な商品カタログと言えます。
先生たちはこれを見ながら教室で作るものを自分で決め、必要な材料の個数を自分で計算して、
毎回注文をしているようでした。

顧客である先生たちにお話を伺ってみると、

- ・先生は個人で、自宅で教室を開いている。
- ・生徒の募集のために体験会などを開催し、そこで興味を持ってもらう。
- ・生徒が減ってきているが、体験会が開催できていない。

などの情報が出てきました。このことから、

部材の売上が減ってきたのは、**教室の生徒数が減ってきたから**。
更に、**新規の生徒募集ができていないから**。

こんな理由が見えてきました。

ではそれを解決しようと考えたのが、
「先生の**生徒募集の助けになる**ようなカタログを作ろう」ということでした。



After



具体的に言うと「体験会が簡単に開けるカタログ」です。

体験会に向けてそんなアクセサリーのレシピを初心者から中級まで30種ほど用意して、それらをセットで購入できるようにしました。

それぞれのセットには価格、レシピはもちろん、体験会の平均的な売値、所要時間、どんな方向けかを記載したり、各セットごとの「体験会開催チラシ」をダウンロードして自由に使ってもらえるようにしました。

これなら先生はセットを注文し、プリントアウトしたチラシに開催日と連絡先を書き込むだけで、すぐにでも体験会の集客が始められます。

「何を作ろう…」「どんなパーツが何個要るかな…」「どうやって集客しよう…」と、悩まなくて良くなったんです。

結果、カタログのページ数は増えましたが売上が昨対で **172%にアップ**しました。

先生にとって「商品を発注する時に使うだけのもの」だったカタログが、「集客を手伝ってくれる便利なもの」に変わったんですね。

先生が持つ悩みに着目し、その解決方法を伝える。

それによって品質、価格を変えずに売上がアップした例です。

貴社もぜひこのタイミングで

商品の品質・価格を変えることなく、売上UPを目指してみませんか？

また、この「**伝え方**」を変える方法は効果的ですが、

実は数ある方法のうちの一つでしかありません。

自社商品の新しい伝え方や、他の様々な方法に興味のある方は

ぜひお気軽にご連絡ください！

売れるデザイン研究所

メール  master@syaraku.jp

株式会社 写楽

〒104-0061 東京都中央区銀座1-14-10 松楠ビル 4F

電話番号：03-5579-9420

「解説編2を見て
連絡しました」
と、お気軽に
ご相談ください！