

## 優和のミニかわら版

(この資料は全部お読みいただいても60秒です)

### 名刺のパワーに気づいていますか？

「そう言えば、名刺交換した時に、何をしている会社ですか？って聞かれた。」

先日、名刺の重要性をクライアントの社長に話した際に戻ってきた言葉です。

少し前に Web で見つけた、儲かる名刺コンサルタントの古土慎一氏の小冊子「間違いだらけのビジネス名刺」(<http://www.rakuten.ne.jp/gold/furudoinsatsu/>)

これを読んで、最近よく名刺の潜在パワーをクライアントに話しています。古土氏は「名刺は初対面の人でも100%受け取ってもらえる最強の営業ツールです。」と言っています。確かに名刺を渡されて一目も見ない人はいないものです。でも、会社名と住所と氏名と電話番号だけの名刺なら、なかなか印象に残りません。

どのような商売をしているのかを、内容、デザイン次第で、楽しく伝えることができる小さな広告媒体でもある名刺。センスの良さも見せるチャンスです。

今一度、自社の名刺をマーケティングの観点から見直してみましょう！

以下、古土氏「間違いだらけのビジネス名刺」からです。

<名刺に盛り込みたい内容>

- ①誰に販売しているのか？（ターゲット）
- ②何を販売しているのか？（商品）
- ③それはどんなハッピーをユーザーにもたらすのか？（ベネフィット）
- ④会社やその個人、商品の信頼性、安心感があるのか？（信頼性）
- ⑤なぜユーザーはその商品を自店舗からかわなければならないのか？（差別化）

「儲からない名刺」チェックシート！

- 会社名、肩書、名前、住所などの連絡先だけのまるで電話帳の名刺
- 顔写真の入っていない名刺、もしくは証明写真のような顔写真の名刺
- 事業内容や取扱い品目が羅列してあるだけの名刺
- 外国人と名刺交換しないのに裏面が英文の名刺
- 知られていないロゴやマークだけで会社イメージをアピールしようとしている名刺
- 内容が多すぎて、何がしたいのか、わからない名刺
- 大きさ、厚さが企画外の名刺、ブック型、折りたたみ型などの情報量が多すぎる名刺
- その人の品格までも安っぽくする安っぽい名刺（手作り派は要注意）