

つるのおんがえし



「ご縁」をいただいたあなたへお届けする、「大きな想い」の「小さなお手紙」

世界はここから変わる!!

昨年とうってかわって、空梅雨の関東地方。私が勝手に梅雨明けを宣言したくなるような陽気ですが、猛暑の本番はこれからかなあと思うとドキドキしちゃいます。こんにちは、昨年は大磯ロングビーチで遊びすぎて、日焼けサロンに行ったでしょ?と声をかけられてしまった感動・創庫の芦川永光です。今月もビールには枝豆と「つるのおんがえし」ということで、お送りいたします。

つるのおんがえしは、9年を超えました

会社に勤めていた頃から始めた「つるのおんがえし」は、前回までで80回目。9年を超えました。皆さんに面白いと言っていたが、励ましてもらいながら続けてこれましたが、時には自分報に偏ってしまっていたかもしれない、恩返しになるお役立ちが少な

かったかもしれない、と振り返ることは今日までしばしばありました。ポステイングに一生懸命取り組み続けたあまり、スマートフォンの登場を脅威に感じて気持ち沈み、半年ぐらい発行をお休みさせていただいたこともありました。次の号にはまた違う視点を持ってやってみよう!というつしか思い立ち、今では妻にも参加してもらい、恐ろしくも工夫しながらやってきました。明るくテンション高くをモットーにしてみました。根っこの部分はA型の心配性なんです。一方で用心深く、地道にしかできなかったので、ここまで来れたんじゃない?という自負もありますが、ということと相変わらずなんやかんやと違ってありますが、この9年あまり、皆さんへしっかりと「おんがえし」をお伝えできているでしょうか。

思い返せば、良し悪し、本当色々、ありました

11月で私は40歳になります。一番最初、このニュースレターを始めた時のことを思い出してみるとタイトル通り、漠然とでしたが、お客様にとってプラスになればと考えていました。あだ名が「つる」なので、覚えていただくきっかけになったら、と思いつきにはいいタイトルにしたもんだ、今ではヨカッタヨカッタと自画自賛をしちゃうお調子者なわけですが(笑)。9月に中学校の同窓会をするんですが、30年以上も変わらぬ「つる」として同窓会の幹事の一人になりました。仕事バタバタについて、同級生に見せる顔なんてない!とふざけこんでいた頃もありましたから、だいぶ視界が広く保てるようになったと思います。お客様にとって、30歳代の私の成長報告としての役割も果たしていたのが、ここまでの「つるのおんがえし」でした。そうして会社の発展をお見せしながら、悩ましい日々もさらけ出すことで、結果、私は今

7月の世界会議は、圧倒的スケールで、大盛況でした!



裏面に つづく

創庫感動創庫
料金後納
郵便

ゆうメール

株式会社 感動・創庫

〒259-1145 伊勢原市板戸 208-103

TEL: 0463-79-9777

http://kando-soko.com

発行編集責任者: 芦川永光



「The meatin9!!」
ミーティングの
スゴいやつです。
徳島県の山奥で、
たらふく肉を
食べました!



日までお客様からたくさんのお返しをいただきました。40代も一緒に頑張る支える男になりたい!!

40歳からの「つるのおんがえし」はさらに多くの感謝を込めて「続けることっていいよね」という想いを、皆さんと共有できることを大切に考えます。ノウハウは巷にあふれています。私よりも優秀なコンサルトさんや集客のアイデアを持っている方はたくさんいます。ですから、私これから皆さんに向けて新鮮なお役立ちネタをお届けすることとは、この先はそれほど必要とされないと思います。40歳



あんこうも丸焼き!!
骨に残った身も
最後まで美味しく
いただきます!

代相応の「つるのおんがえし」は、「コイツが続いているのだから俺も、私も、という」頑張れる気持ち」と、怖さを知り向き合える「今、必要な勇気を感じていただくことが、今できる、私らしい役割だと思えます。だいぶ角が取れて、勢いよりも安定感を大切に、横綱白鵬の取り口のような落ち着きはらった恩返しを、これからも皆様へお届けしてまいります。100号発行も視野に入った「つるのおんがえし」をこれからもごひいきに!

編集後記

お客様を思い、仕事を請けない勇気

広告業者はお客様に寄り添い、その対価としてお金をいただくのが常。そして、お客様が依存できる状態を作ること、例えば「魚を獲ってきて与える」のが広告業者には好都合であり、これは旧来型、普通の広告業者の考え方もあります。私たち感動・創庫は、このようなお客様との依存型の関係性をよしとはしていません。広告業者の真髓とは「魚の獲り方を伝える」ことにあると、私は考えます。

新規オープンのお店さん。「まずは食べに来てもらうこと」を目的に、ランチタイムの集客をはかります。これに成功すれば、スタートアップはOK。次に

にディナータイムにもお客様が来客をしていただくが必要になるので、広告業者であれば「ディナータイムに向けた広告を作りましょう」とご提案をします。ここで私たちがあれば、一旦待たをかけます。

お客様の最大利益を考えるならば、ディナーに直接来てもらう集客をかけるよりも、ランチでの来客をディナータイムにつなげることに注力すべきにご提案をします。なぜならば、初回来店の方を増やすよりも、再来店を促す方がコストも労力も掛からないからです。そしてここで、「魚の獲り方を伝える」発想です。お客様には広告を提供する

よりも先に、ランチからディナーに繋がらない原因を探してもらいます。問題を自ら知り、最善手を編み出せる手助けをすることが、結果的に持続可能な広告宣伝になるからです。

おかげさまで成長期を迎えることが出来た感動・創庫は今、お客様を慮り、時には仕事をお請けない勇気を持つことが出来ました。集客代理店としての役割をこれからも果たしていきます。が、刻一刻と変化する社会情勢の中で、お客様が自ら判断し広告ができる自立型経営のサポートを優先していきます。この先の混沌のうちに訪れるであろう、真の共創社会にふさわしい広告のあり方について、これからも声高に発信していきます。



涼子の
気になっちゃう
広告!

「味の素」の広告

日本には、お母さんが毎日つくる世界遺産があります

「和食」が世界無形文化遺産に登録されたことを取り上げた広告です。写真がとてもキレイですね～、四季折々の富士山も美しい。「和食」って素晴らしいってことを再認識させてくれる素敵な広告ですね。

