



【ペットショップの新規顧客開拓】

## 看板・広告はいつ、どこに出す?(後編)

表1 印刷物・紙の広告媒体

## 1 電話帳広告

お店の情報を伝え、電話での問い合わせや来店を促す。競合他店と差別化するため、電話帳の過去2年以上を見て競合の掲載内容を把握する。種のサイズと色数で価格が決まるので、月額費用を決める。価格順・申込順で掲載場所が決まるので、その中で最も目立って分かりやすい広告内容を考える。決して広告営業担当に任せっきりにはしない。上記3つを考慮して納得いく内容になったら出稿する、といった適正なプロセスを経ることが大切。一度掲載すると1年間は内容を変更できないので、営業時間・定休日・住所・電話番号などは絶対に間違いのないように。

## 2 地域フリーペーパー

エリア限定の生活情報などを掲載するフリーペーパー。出版元が直接ポストに投函するもの、新聞に折り込まれるものなど配布形態はさまざま。最近ではペットの記事を掲載しているものも増えており、ペット専門のフリーペーパーもある。自分自身がよく目にするものや、お客様に直接聞いてみてよく読まれている媒体を自分で判断することが大切。媒体によっては、無料の情報提供や投稿ができるものもある。

## 3 地域ペット雑誌

エリア限定のペット情報を発信している雑誌。他媒体よりも費用が比較的安く、反応も悪くない。これも、普通の1ページの広告ではなく、特集記事や取材記事の中に有料で店舗情報を掲載してもらおう方法や無料で取材をしてもらおう方法がある。

## 4 地方新聞

有料の広告を出稿するだけでなく、文化面や社会面などで取材記事として取り上げてもらおう方法も。新聞社へ取材依頼・情報提供の問い合わせをしてみるといい。

表2 インターネットの広告媒体

## 1 地域生活情報サイト

ある地域の商店や病院、公共施設等を調べるためのサイト。都道府県単位のもの/市町村単位のもの、個人の運営/法人の運営など、さまざまなものがある。大半は無料で登録できる。できるだけたくさん無料で登録できるサイトを調べて、お店の情報を掲載しておこう。ホームページの検索エンジン対策につながる場合もある。

## 2 ペット関連情報サイト

飼い主が新しくお店やサービスを探すときによく利用される。全国を対象として、動物病院やペットショップ、ペットホテルなどをデータベース化したもの、地域を限定してペット関連サービスをリスト化したものなどがある。無料で登録できるものが大半。上と同様、検索エンジン対策にもなるのでぜひ試してみよう。

Yasumichi Namatame

獣医師、中小企業診断士。大学卒業後、経営コンサルティングファームに就職。飲食ビジネスを担当し、新規事業の開発などに関わる。その後、獣医系出版社への転職を経て、2003年にジャパンペットビジネスリサーチを設立。ペット用品を扱うショップと動物病院の複合店2店を運営している。  
http://www.jpresearch.co.jp

今回は新規顧客開拓の4回目として『広告』についてお伝えします。

広告とひと口に言っても、さまざまな種類や方法があります。これまで、第1回から説明してきた自店のホームページやブログ、さらに看板や折込チラシなども広く捉えると広告宣伝の一つです。そこで言葉の混乱を避けるために、今回の記事の広告とは、『人々に関心を持たせ、購入来店させるために、有料の媒体を用いて商品・サービスの宣伝をすること』すなわち媒体広告であることとします。

## 1 媒体広告を新規顧客開拓に役立てる!

あなたのお店は本当にたくさんの人に知られていますか?

どんなに良いトリミングサービスを展開していても、こ

りのグッズ・フードをそろえていたとしても、お店が知られていなければ集客は出来ませんし、売上は上がりません。そこで、看板と折込チラシ以外にも有料の媒体広告を活用することを考える必要があります。

## 2 媒体広告の種類と活用方法

媒体広告の種類は非常に多種多様ですが、『紙媒体』『インターネット』『その他』で分類してペットショップ店長が検討する必要があります。これは、これから説明する全ての媒体に共通ですが、

読者層があなたのお店のお客様になる可能性がある人々たちであるかどうか? 競合他店がどのような内容で掲載しているのか? 想定される効果と費用から考えて本当にあなたのお店

にとって価値のある媒体であるか?

といったことを広告営業マンの言葉を鵜呑みにせず、自分で判断して行ってください。

## 1. 紙媒体(表1)

印刷物・紙の広告媒体としては、電話帳広告、地域フリーペーパー、地域ペット雑誌、地方新聞の4つが重要です。

## 2. インターネット(表2)

近年は、新しいお店を調べる際には、電話帳広告と同様かそれ以上にインターネットを活用する人が増えていきます。これは、飼い主さんも同じです。以前は、インターネットでは集客できないといわれていたものが、インターネットユーザー数の増加で費用対効果の面から考えても利用する価値があります。インターネットの広告媒体

としては、地域情報サイト、ペット関連情報サイトが主になります。

## 3. その他

その他の媒体としては、地域のテレビ・ラジオがあります。これらは非常に強力な広告宣伝の手段ではありますが、直接有料のCMを制作して流すという意味ではなく、取材や情報として取り上げられるように働きかけることが大切です。具体的には、季節のイベントや新サービスなど何か話題があれば思い切ってアプローチしてみると意外にカンタンに取材に来てもらえるたり、情報として取り上げられる場合もあります。

## 3 繁盛店になるために!

媒体広告は、ある程度の費用が必要になってしまったため、折込チラシやポスティングは実施していても集客の手段として検討しない店長さんが多いようです。しかし、媒体を発行・運営している側も、『ネタ』を探して困っている場面もあり、無料で掲載される可能性もあります。いろいろ試しながら広告宣伝の腕を上げていってください。また、集客のアクションを起こした際には、必ずその効果を記録として残して次のアクションの際の参考にしていきましょう。