

「購入してみたい」と思わせる販売促進術 物語（ストーリー）マーケティング手法

「作り手が良いと思う商品」を「売れる商品」にするためには購入予定者に「価値がありそう」「美味しそう」「購入してみたい」など期待感をもたせることができるかがポイントとなります。そのためには、ただ単に強みを知らせるだけではなく、その商品が生まれたバックグラウンドや紆余曲折などを上手く表現することが必要です。

今回は、一番効果的といわれる物語（ストーリー）づくりの手法について演習を行います。

<主な内容>

1. 購買欲求の進化
2. 物語を求める消費者心理
3. 物語（ストーリー）作りとは
4. 物語とブランド化
5. 歴史的に見た「販売」と「物語性」
6. 物語をマーケティングの中核にする
7. 物語ネタ（原石）の発掘方法
8. 物語によるアプローチの要点
9. 物語の作り方と法則
10. 自社商品の物語（ストーリー）づくり

講師： 椿 羊一 氏

(有)コストマネジメント 代表取締役
マーケティングコンサルタント
熊本県健康サービス産業協議会 監事



<日時> 平成27年11月9日（月）15:00～17:00（14:45～受付）

<場所> 熊本市現代美術館 会議研修室

（住所：熊本市中央区上通町2番3号 TEL：096-278-7500）

<参加費> 無料 <主催> 熊本県健康サービス産業協議会

※裏面申込書にご記入の上、11/5迄にFAX又はメールにてお申し込み下さい。

講師紹介：(有)コストマネジメント 代表取締役 椿 羊一 氏

◆経歴

大手アパレル、百貨店、広告代理店勤務を経て2003年創業。

広告でお客様を破綻させてしまった経験から従来の広告販売に疑問を抱き独立。「ダイレクトマーケティング」の手法を取り入れ、顧客心理分析に基づく独自の集客・販促ノウハウを開発。そのノウハウは数々の企業で実践されている。商品力、サービス力がありながら集客・販売促進力のない中・小規模企業に成果の上がるノウハウを提供しながら、リスクを共有し実践するのがモットー。販売促進専門のコンサルタントとして講演会、個別指導などの活動を通じて低成長時代にふさわしい販促手法の構築と実践を続けている。また最近はソーシャルメディア、中でもfacebookのビジネス活用（パーソナルブランディング）にも積極的に取り組み、成功企業を輩出している。

◆所属・実績

熊本県 経営革新 承認企業（H18年）

くまもと商売繁盛クラブ主宰（18年～ 参加社数のべ1400社）

（社）熊本県経営コンサルタント協会 会長（平成25年～）

熊本県中小企業支援センター派遣事業登録専門家

福岡県中小企業振興センター派遣事業登録専門家

熊本商工会議所エキスパートバンク登録専門家

熊本県商工会連合会エキスパートバンク登録専門家

熊本県商工会議所連合会 経営革新支援研修会 講師（H19年）

熊本県商工会連合会 経営革新支援研修会 講師（H19年）

熊本県健康サービス産業協議会会員（監事）（H23年～）

中小企業基盤整備機構 中心市街地商業活性化アドバイザー（H23年～）

熊本市中小企業研修 facebookのビジネス活用法 担当講師（H25年、26年）

地域力活用市場獲得等支援事業 補助金申請サポートに係る経営計画作成支援（H26年～）

「第4回販促勉強会」（11月9日開催）参加申込書

E-Mail：khsi@kenkoren.gr.jp FAX：096（214）2030

企業・団体名	連絡先
部署、役職等	参加者氏名

<お申込み・お問合わせ先>

（一社）熊本県工業連合会内 熊本県健康サービス産業協議会 事務局 担当：藤田

TEL：096-285-8131/FAX：096-214-2030

E-Mail：khsi@kenkoren.gr.jp