

## 経営一転語 46 広告代理店は売り上げを伸ばすプロではない

今回は、広告のプロと思われる広告代理店に対する認識の持ち方などについて、考えてみましょう。

よくありがちなのは、広告など打ったことがないから、広告代理店に全部お任せしてしまおうと思ってしまうことです。実は、残念ながら、広告代理店は御社の売上を伸ばすプロではありません。

広告代理店の言うなりになって、広告を載せても、売上は伸びません。広告代理店も営利企業なので、「広告代理店は、自分の会社の売上を伸ばすことを優先させてしまう」と考えた方がよいでしょう。これは相手を責められないことです。

本当に相手の会社（広告主）のためを思って、広告を作る人や会社もあるでしょう。しかし、それは少数派です。その証拠に広告代理店に聞いてみてください。「この広告を打てば、どのくらいのレスポンスがあつて、どれくらい最終的に成約にいたるのでしょうか？」と。分かるはずはありません。

では、どうすればいいのでしょうか？

まず、大前提として、自社のマーケティング戦略（顧客はどのような顧客を対象とするか、価格はどうするか、流通ルートはどうするか、販売方法や販促方法はどうするかなど）をどうするか、しっかり考えて固めることです。

そして、自分の会社で、媒体（新聞・雑誌・ラジオなど）、媒体に掲載する位置や放送する時間帯、曜日などでレスポンスデータを蓄積し、広告宣伝ノウハウを獲得するしかないというのが結論です。

また、広告を数多く打ったことのある経験者にどの媒体の反応がいいか聞いてみることも大事です。そして、新規の顧客が来店したら、どういうきっかけで来店してくれたか、必ず聞くことです。そして、この媒体に反応して来店してくれているのだという記録をきちんと取ることです。

このような地道な、広告の経験と来店きっかけの収集という経験値を積んで判断していくしかないということです。