

経営一転語 47 広告には種類がある

今回は、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とよいと述べました。今回は、レスポンスデータの蓄積方法について述べてみましょう。

皆さんが何気なく見ている広告には、実は種類があるのです。

広告には、大きく分けて、「イメージ広告」と「レスポンス広告」というものがあると云えます。

「イメージ広告」は写真、イメージ図を多用し、会社のロゴを大きくするなど、イメージ先行の広告で、よく大企業が打つ広告です。

「イメージ広告」の特徴は、その広告を見た人が、どんな反応をしたか、分からないことにあります。

中小企業は、「イメージ広告」のような広告をしてはいけません。

では、どのような広告を打てばいいのでしょうか？

冒頭で申し上げた「レスポンス広告」です。「レスポンス広告」とは、オファー（提案）が付いているものです。

例えば、無料・・・、お試しセット・・・点プレゼントとか、そういうものです。

それは、お客様からの反応（レスポンス）がありますので、広告の効果測定ができるという最大のメリットがあります。

チラシを作るときも、レスポンスがあるように、工夫をするとよいと思います。効果測定をして、悪ければ、修正して、また、テストを繰り返せばよいのです。

この「レスポンス広告」を使いこなせば、中小企業でも、効果的に集客できるコツをつかむことができるようになるでしょう。

<演習課題>

1. 自社のレスポンス広告の案を作ってみましょう。