

## 「店舗経営のためのデジタルツールガイドブック」

パソコン初心者でも大丈夫！  
あなたのお店とお客様を繋げるコミュニケーションツール！

2008年3月  
(全30ページ)

アチーブメントストラテジー社  
富田 英太

ver1.0

## 著作権について

「店舗経営のためのデジタルツールガイドブック」は、著作権で保護されている著作物にあたります。本誌の取扱いについては、以下の点にご注意ください。

○本誌の著作権は、著作者である富田英太（以下、著作者）にあります。

○著作者の許可無く、本誌の一部または全部を、「複製、流用、転載、翻訳、転売（オークションを含む）」をすることを禁止します。」

## 免責事項

本誌の著作者は、これまでの経験をもとに、成功ノウハウをまとめたものであり、すべての読者に結果を保証するものではありません。本誌により、いかなる損害が発生いたしましても、一切の責任を負いません。すべて自己の責任で行うこととします。

**目次**

はじめに・・・P 4

デジタルツールでコンテンツ配信・・・P 5

メルマガ編・・・P 7

ブログ編・・・P 1 8

ミクシー編・・・P 2 3

最後に・・・P 2 9

(全30ページ)

ご意見・ご感想はこちら [tomita@achievement-s.com](mailto:tomita@achievement-s.com)

アチーブメントストラテジー社 富田 英太

## はじめに

この特典レポートは、店舗経営者様が、活用すべき、デジタルツールについて、初心者でも分かりやすくそのツールの使い方をご説明しております。

顧客の固定化、ファン化の為に、顧客が来店していない期間どのようにコミュニケーションを図っていくかについて、書籍の後半で触れさせていただきました。

この継続コミュニケーションを図る為に、いまやデジタルツールは欠かせない存在となっております。

しかしながらホームページの作成となると、これはこれで、専門知識が必要なため、労力もしくは、費用がかかってしまいます。

しかしながら、ブログ、メルマガ、そしてミクシーであれば、どれも無料で立ち上げることのできるコミュニケーションツールになります。

上記ツールの活用は、来店率のアップ、ブランド構築に繋がります。  
来店率のアップ、ブランド構築は、お店を繁盛店に変える大事な、ステップです。

苦手意識を取り払っていただき、是非、この機会にマスターしてください。

## デジタルツールによるコンテンツ配信

デジタルツールによるコンテンツ配信??!!

このタイトルすら横文字だらけで嫌になります。私も当初はそうでした(笑)  
簡単に略しますと、

メールマガジンやブログ、ミクシーなどを使って、お店の情報を発信していくこと。

それだけです。しかしながら次は、ブログ?ミクシー?となっていくわけですが、  
次章から、それぞれのデジタルツールについて、ご説明させていただきますが、

この章では、私の書籍「お金をかけずに繁盛店に変える本」にも触れさせていただきました、  
情報発信する内容について復習しておきたいと思います。

まず基本はこうです。

メールマガジン⇒こちらが一方向的に配信する情報メール

ブログ⇒店内やスタッフを紹介して、顧客に見に来てもらうホームページサイト

ミクシー⇒お店の顧客だけに秘密の情報を発信するツール

メールマガジンは、あくまでお店のDM代わりで、お礼状や、ニュースレターを配信するためのツールです。

お店の改善点や、お店の技術情報など様々な情報を発信することによって、顧客の記憶に定着させることを目的としています。

さらに、携帯メールマガジンであれば、非常にタイムリーな情報を顧客に発信することができます。たとえば、雨天の日の割引、ホテルの空室へ当日予約割引など、その日の情報を顧客に届けることができるということです。

しかしながらメールマガジンのデメリットは、文字しか送信できないという点です。  
文字だけでなく、写真も見せたいと言うときに活用するのがブログです。

ブログでは、タイムリーなお店の画像や、スタッフの日記、商品の写真などを、どんどん掲載していくことができます。

毎日、誰かがブログを更新することにして、その更新内容を、メールマガジンで配信、詳しくは、ブログを見てね!という具合に、メールマガジンとブログの連携は不可欠です。

よく、PUSH型とPULL型と呼ばれていますが、メールマガジンは、こちらからなのでPUSH、ブログは、来てもらうのでPULLといえます。このPUSHとPULLの連携をうまくとっていくことが、デジタルツール活用の成果へと繋がっていくのです。

といってもむずかしく考える必要はありません。

日記（ブログ）を毎日更新して、その日記を見に来てもらう為に、新聞（メールマガジン）を定期的に発行する。

それだけです。

ブログは、毎日スタッフの持ち回りで更新し続けてください。

ブログは、毎日更新する事に意味があります。

ミクシーは、少し毛色が違います。詳細は後ほど説明させていただきますが、ミクシーは不特定多数に対する情報発信ではなく、こちらの指定したユーザーにだけ、情報を発信することができるツールなのです。

お店の会員さんだけに情報を流したいときや、来店したことのある顧客だけに、キャンペーン情報を流したいときに活用できます。

さらに、お店の地域住民に対する告知や、あなたのお店の提供サービスについて興味を持っているお客様に、無料で広報することができます。

これらも、後ほど詳しく説明いたしますので、楽しみにしておいてください。

それでは、まずメルマガ発行の方法から説明させていただきます。

**メルマガ編**

メールマガジンという言葉をご存知でしょうか？知っている人は、そんなの当たり前だと言いますが、知らない方にとっては、最初の言葉が分からない為に、その後の説明を読む気を無くしてしまうという事が多々あります。

メールマガジンとは、インターネットのメールを利用した定期発行の新聞だと思ってください。普通の新聞は、ご自宅のポストに、紙に印刷された文字が届きますね。メールマガジンは、あなたのメールアドレスに、新聞がメールで届くということです。

そして、このメールマガジンは、自分で発行することができるのです。自分の書いた新聞を、希望する読者のメールアドレスに一斉に送付することができる。そのサービスを提供してくれているところを、メルマガスタンドと呼びます。

自分のパソコンから、メールを全員に送ればいいと考えがちですが、普通のパソコンのメールソフトでは、迷惑メールと間違えられたり、メールアドレスが、他の人にばれてしまったり、大量送信したら、エラーが起こってしまったりと、なかなか問題が山積みです。そこで、メルマガスタンドを利用することによって、スムーズにメールマガジンを発行することができるのです。

このメルマガスタンドで、最も有名なのが、「まぐまぐ」と呼ばれているメルマガスタンドです。



<http://www.mag2.com/> まぐまぐ

このまぐまぐで発行しているメルマガは、全部で30000誌以上あります。

様々なジャンルのメールマガジンが発行されているわけですが、店舗経営に生かすためには、あなたの発行するメールマガジン事態が、このサイト内で有名になる必要はありません。

あくまで、あなたがメルマガを発行できるサービスを利用し、お店に来店されたお客様、あなたのお店のチラシを見たお客様などに、あなたのお店のメールマガジンを配信することができるようになるのが大事な事なのです。

あなたのお店のニッチな、メールマガジンを、特定のお客様に送信することが目的になります。それは、お客様の記憶に、あなたのお店の事を定着させることが目的なのです。

それでは実際に、メールマガジンを発行してみましょう！



こちらのボタンをクリックしてください。

このページに、新規発行の方法が詳しく記載されています。



まずは、発行者登録ということで、あなた自身の情報を登録します。  
その次に、発行したいメールマガジンの情報です。この情報を登録する際にまず、決めないといけないのが、タイトルです。

私は、このタイトルは非常に重要だと認識しています。できれば、お店の名前と業態、地域名をタイトルに埋め込むことをオススメしています。お店のメールマガジンは、全国に向けて発行する必要はありません。むしろ、地域限定でそのお店の商圈範囲内だけに訴求するメルマガの方が、私の経験上、逆に指示を得ます。

例えば、

「大阪都島のたこ焼き屋「けんちゃん」メルマガ」  
「道頓堀ラーメン「金龍」オーナーの一人言」  
「地酒屋あさい商店通信「荒野の地酒屋野郎」」  
「名古屋輸入家具のアウトレット専門店『USfurniture』」  
「築地三代目「魚昌」魚河岸店主の告白」

など。

タイトルは、エリア、業種、店名の三本柱で決めてみてください。決めたら、顧客が、メルマガのタイトルを略称で呼びやすいようにと少しタイトルを工夫してみてください。

タイトルが決まりましたら、まずは創刊号を、発行申請の際に、登録しなければなりません。その創刊号を、まぐまぐの運営局が、チェックして発行許可を出しています。

この創刊号は、出来るだけ情報量を多くし、そのタイトルとメルマガの紹介文に近い内容で申請しないと、なかなか発行許可が下りません。

ちなみに、私のメルマガの創刊号（発行申請時）はこんな感じでした。  
（今見ると、とても恥ずかしいですが・・・発行当初はこんなもんでした）

儲からないなら〇〇〇！経営コンサルの裏技、無料公開 

<http://www.mag2.com/m/0000186831.html>

（次ページより上記メルマガの創刊号を掲載しました、約2年前です）

【コンサルの裏技、無料公開】売上・利益10倍！

☆某コンサルファーム出身コンサルタントが最低300万円のノウハウを無料公開☆

■□—————□■

■□■ 儲からないなら〇〇〇！経営コンサルの裏技、無料公開 □■□

■□■□ 【創刊号】顧客増加NO1！若手コンサルタントの簡単裏技 □■□■

■□—————□■

メルマガの登録URL⇒ <http://tomitahidehiro.seesaa.net/> (第1号☆2006/3/2)

皆さん！メルマガ購読ありがとうございます。

私は、関西を中心に全国で、経営コンサルティングを提供しています、

富田 英太 (とみた ひでひろ) と申します。

今、コンサルティングという仕事をしております。

コンサルティングと言っても、ご存知の通り、山ほど、種類があります。

戦略系、財務系、人事系 . . . . .

不動産、投資、経営 . . . . .

結婚、出会い、メルマガ . . . . .

私が、従事していたのは、主に、

売上改善。

です。これは、目に見える形で、成果が必要な分野です。

売上が増えた、利益が増えた、お客が増えた、すべて、結果が必要です。

(結果がでないと契約解除になってしまう(T\_T))

その結果をどの時（期日）までに達成するかを決めて、  
そのための、売上改善施策を立案し、一緒に  
実施していく、といった仕事をしております。

300万円のコンサルティング契約費用を御支払いされている、  
経営者には、大変申し訳ないのですが、このメルマガでは、

そのノウハウをすべて！無料！！公開していこうと思っています。

さらに、年商〇〇億円の会社経営者様を対称にせず、

年商〇千万円の会社の経営者様。

1店舗～5店舗までの経営者様。

が、数年で、売上・利益を10倍！！にするためのメソッドを公開します。

正直、一朝一夕では、いきませんので、

末永く、お付き合いのほど、よろしくお願いいたします。



私には夢があります。。

良い経営者のもとで働く  
パパやママが家に帰って、  
いい家庭がいっぱいできて、  
いい会社といい家庭が、  
世界に溢れる。

そんな世界が実現するためのお手伝いをするのが、僕の役割です。



- ● 中小零細規模の会社の売上・利益を10倍に。
- 
- ● 実は、ノウハウはとても簡単で誰でも、繁盛可能！
- 
- ● 目標を決め、ギャップを埋めるのは、あなたの行動次第。
- 
- ● あなたは、このメルマガを読むことによって、
- 月300万円儲けているのと同じ。
- 



### 顧客増加NO1！若手コンサルタントの簡単裏技

- ————— ■
- | 1. 無料レポート
- | 隣のお店は、何故あんなにお客さんが来ているの？
- | お金をどぶに捨てるな！顧客増加NO1！若手コンサルタントが明かす
- | チラシ集客効果を10倍にする、極秘チェック項目10項！！
- | 読者の方に、無料進呈中！⇒ <http://tinyurl.com/edm9m>
- ————— ■

本日の必ず参考になる無料レポート紹介。

皆さん、助成金については、ぬかり、

ありませんか???

助成金といえば、若干、ややこしいイメージをお持ちの  
経営者もいらっしゃると思いますが、

この助成金。なめたものではありません。

特に、中小零細企業にとっては、

取りこぼしたくない、国からの支援です。

（結局儲かれば、がっばりもっていかれるので・・・

いま、もらっておかないと大損です)

しかも、めちゃくちゃ、分かりやすく、  
労務士さんが紹介してくれています。

“起業と企業の応援団”

野村社会保険労務士FP事務所

野村大作 さんの無料レポート

「助成金は、経営にこう生かせ!!

貰ったほうが良い助成金と貰わない方が良い助成金」

⇒ <http://tinyurl.com/r36jp>

GOOD LUCK!

---

| 編集後記

---

ついに、1号出稿。

さまざまな方に助けられました。

それを、骨の髄まで、皆様に還元していきたいと思っています。

皆さんの好きな人生を生きていただくために、

私は、いいご縁 になります。

あなたの栄養分です。

---

■口ご感想は⇒ [tomita@helmut.jp](mailto:tomita@helmut.jp) までお願いいたします。(大歓迎です)

メールでご感想をいただく際には原則として本メルマガへの掲載を許可  
頂いているという前提でお願いいたします。原則、実名掲載させていただきます

が、「匿名希望」の方はその旨、お知らせください。

また匿名であっても、掲載はやめてほしい！という場合に限り、  
「掲載不可」という注釈をお付けください。よろしく願いいたします。



発行・編集：富田 英太 (Hidehiro Tomita)

アチーブメント・ストラテジー社

E-mail : [tomita@helmut.jp](mailto:tomita@helmut.jp)

One seed makes the FLOWER

to large bloom on good connection. [ter@forestpub.co.jp](mailto:ter@forestpub.co.jp)



Copyright 2006 Achievement Strategy co.,Ltd All Rights Reserved.

---

儲からないなら〇〇〇！経営コンサルの裏技、無料公開

発行システム：『まぐまぐ！』 <http://www.mag2.com/>

配信中止はこちら <http://www.mag2.com/m/0000186831.html>

---

創刊号掲載原稿は以上です。

まぐまぐでのメルマガ発行申請のポイントは下記のページに詳しく掲載されています。

<http://www.mag2.com/crecre/goukaku/>

この発行審査合格のポイントを熟読し、創刊号を作成してみてください。

めでたく、発行申請が通りましたら、自分のメルマガ紹介画面を確認してください。

<http://www.mag2.com/m/0000186831.html>

こんなページがあなたのメルマガ用に、まぐまぐさんが作成してくれます。

このページのURLをお客様に広報するか、もしくは、メールアドレスを顧客に記載していただき、そのメールアドレスを、このページから、あなたが代行して登録するという方法で、あなたのメルマガジンを、今後その顧客が受け取れるようになります。

普段のメルマガ発行は、

<https://editor.mag2.com/pub/login/start.do>

から、IDとパスを入力しログインし、メルマガジンと配送と管理という、項目から行ってください。

まぐまぐの他にも、もうひとつ有名なメルマガスタンドがあります。



<http://melma.com/>      **メルマ!**

まぐまぐでの配信に慣れましたら、こちらでの発行もチャレンジしてもいいかもしれません。

もうひとつ、店舗経営者には、是非発行を挑戦してもらいたいメルマガスタンドがあります。それは、携帯メルマガ発行スタンド（携帯アドレスにメールマガジンを送付するサービス）です。

特に有名なスタンドは、書籍の中でも紹介いたしましたが、「ミニまぐ」です。



<http://mini.mag2.com/pc/> ミニまぐ

発行申請の仕方は、ほぼ、まぐまぐと同じです。パソコンに送るメルマガは、顧客が、パソコンを立ち上げてメールを確認しないと見てもらうことができません。しかしながら、携帯にメールマガジンを送付することができれば、いつでもどこでもお客様に情報を発信することができます。



雨天で客足が遠のいているときに、タイムリーに割引情報を流して来店促進を行ったり、その場でイベント情報を送信し、イベントに参加してもらったりすることができるのです。

いままで店舗は、チラシや広告など、事前に広告を出して、当日お客様を待つという手法しかありませんでしたが、この携帯メルマガのおかげで、当日集客という手段も使えるようになりました。

ただひとつだけ問題なのは、普段から、顧客のメールアドレスを集めていく必要があるということです。

そこで少し工夫する必要があるのですが、携帯から、URLやアドレスを入力するのは、とても面倒くさいですね。そこで、携帯アドレスの登録画面のURLを、二次元バーコードにして、携帯のバーコード読み取り機能を利用して簡単にアクセスしてもらい、アドレスを登録してもらうことができます。

二次元バーコードとは、こんなやつです。見たことあるでしょ？



QRコードと呼ばれていたりもします、このバーコードをお店のチラシや広告、店頭POPに掲載することによって、顧客のメールアドレスを集めていくのです。

では、このQRコードをどのようにつくればいいのか？ということですが、

<http://qr.quei.jp/>

QRのススめ

このページは、無料でバーコードを作成することができます。是非チャレンジしてみてください。

携帯メールマガジンの読者をコツコツとあつめることによって、それは、お店の財産となります。いつでもどこでも、顧客にアプローチを行えるツールを利用して、顧客の固定化、ファン化に活かして行きましょう！

## ブログ編

さて次はブログの作成方法です。このブログというのは、メールマガジンが、こちらから発信する媒体であるのに対して、逆にお客さまから見に来てもらう為の待ちの媒体といえます。

ブログ＝日記と訳されますが、まさにそのとおり、もともと、ホームページを作成する技術をもたなくても、簡単にネット上で、情報を発信できる、個人が自分の日記をネット上に公開できる、簡単情報公開を目的として提供されているサービスがブログサービスです。

このブログサービスは、メルマガ発行スタンドと同じく様々な種類があります。有名なところでは、下記の三つ、



<http://blog.livedoor.com/> ライブドアブログ



[http://pl](http://plaza.rakuten.co.jp/)

[plaza.rakuten.co.jp/](http://plaza.rakuten.co.jp/) 楽天ブログ



<http://ameblo.jp/> アメーバブログ

上記3つが、有名なブログサービスです。

どのブログサービスを利用して、自分のブログを作成するかは、皆さんのお好みで決めてください。どちらのサービスも無料で作成できます。

私個人は、ライブドアブログを利用しています。どうも私には使い勝手が、一番いいように思われるからです。ずっと使っているからかもしれませんが、PC用、携帯用ブログも簡単に作成でき、自由度が高いため、いろいろ改造することもできます。

そして何より、ライブドアブログの玄関であるポータルサイトに集まってくる人の数が多いのも魅力です。ポータルに集まってくる人が多ければ多いほど、自分のメルマガを見られる率も高まります。

私のブログサイト

<http://tomitahidehiro.livedoor.biz/>

ライブドアブログの作成は、メルマガの時と同じく、まずは、自分の個人情報をライブドアに登録するところからはじまります。

個人情報を登録したあと、ライブドアのIDが作成されましたら、そのIDでログインしてブログ作成を行っていきます。

ブログの場合は、発行審査などはありませんので、その日から作成することができます。

ブログの場合は、少し複雑で、画面を構成するパーツや、サイドバーの設定など、色々と覚えなければならないことも多いですが、それは少しずつ学習していくとして、まずは、お店のブログを立ち上げるということに専念してください。

ここでも大事になってくるのは、タイトルです。

例えば、私のブログの場合、ヤフーの検索で「経営セラピスト」と入力して検索していただくと、検索結果の一番上に、私のブログが表示されます。

最近CMでも、「詳しくはWEBで」みたいな表記が多いですが、ようは、あの通り、ヤフーの検索窓で、そのキーワードを検索すれば、一番上に掲載されるブログを作成することを目的にして、タイトルも決めたほうがいいと思います。

一番ベストなのは、エリアと業態名で、検索TOPに出てくること。

たとえば、顧客が、お好み焼きを近くで食べに行きたいと思ったときに、近所のエリア（例えば、恵比寿）でお好み焼きと検索までに入力すると思います。

## 恵比寿 お好み焼き



(2008年3月現在の検索結果「恵比寿 お好み焼き」)

これで、TOPにあなたのお店のブログが表示されれば、かならずあなたのブログを見てくれるでしょう。

来店するかどうかは、また別の条件が必要になってきますが、おそらく圧倒的に、商圈内の競合店に対し差別化を図ることができますね。

ですので、ブログのタイトルもできるだけ、エリアと業種名を盛り込むようにして決定してください。

さらにブログは、ページが多いほうが、検索ページの上位に表示されやすいという風にあります。毎日、毎日、スタッフ同士交代しながら、日記を書き溜めていってください。

毎日更新されることによって、お店のお客様が、そのブログページを見に来てくれます。そうやって何度も顧客の目に触れることによって、記憶に定着させることが目的です。

お店のブログには、絶対にひとつだけ掲載してもらいたい項目があります。それは、**メルマガの登録フォーム**です。

これは、せっかくブログを見に来てくれた顧客が、次また見に来てくれるとは限りません。素通りしてしまうのを無くす為に、ブログ上で、メルマガの告知をして、メアドを登録してもらうことによって、再度、こちらから、メールマガジンでアプローチすることができます。

さらに、メールマガジンでは、画像の掲載ができません。

ブログに写メなどをアップロードし、日記ページを作成したあと、メルマガで、そのページのURLを告知することによって、メールマガジンを読んで、その画像を見たいと思った読者が、そのURLをクリックして、ブログを見に来てくれます。

例>メルマガ本文中に、

私の初出版、書籍が店頭に並び始めました！

店頭の画像はコチラ⇒ <http://tomitahidehiro.livedoor.biz/archives/51947239.html>

といったように、ブログとメルマガとをうまく連携させることによって相乗効果を発揮することができます。

**メルマガとブログはセットだと覚えて置いてください。**

メルマガは、情報発信。

ブログは、お店の中の紹介、スタッフの日常、経営者の想いを見に来てもらうツールです。

ところで、頑張って作られた、皆様のお店のブログを、私のブログでどんどん紹介していきたいと思っています。苦勞して作成したブログのアクセス数を増やしたいという方は、どしどし下記メールアドレスまで、

店名、氏名、ブログタイトル、そしてそのブログの紹介文（短文でOK）を、送ってきてください。

すぐに紹介させていただきます。一緒にブログ作成がんばっていきましょう！！

⇒ [tomita@achievement-s.com](mailto:tomita@achievement-s.com) メールタイトル「ブログ紹介希望」で受付！

## ミクシー編

メールマガジンとブログ。この両方を作成することができれば、まずは、第一関門クリアです。お店の情報を、発信（メルマガ）して、更に受け皿（ブログ）を用意しておくことによって、顧客が来店していない期間に、顧客の記憶に自店の情報を植えつけることができます。そうすることによって、来店しない理由第一位「忘れていた」という課題をクリアすることができるのです。

上記の目的にしたがって、もう一つだけ見につけて欲しいスキルがあります。というか、もうひとつだけ立ち上げて欲しいデジタルツールがあります。

それが、ミクシーです。



<http://mixi.jp/> mixi

です。このミクシーというサービス名を聞いたかたも多いと思いますし、すでに、もう利用されているユーザーの方も結構いらっしゃると思います。

ミクシーは、既に入会している登録ユーザーから招待を受けないと利用登録ができない、完全招待制を採用しています。招待制をとることで、ユーザーそれぞれの素性が明らかになり、健全で安心感のある居心地の良いコミュニティを維持するという目的で採用されています。こういったサイトのことを、

**SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）と呼ばれています。**

**ミクシーは国内最大のSNSツールであるといえます。**

このSNSというサービスは、実は、店舗経営者にとって、もっとも都合のいい広告媒体であるといえることが分かってきました。しかも無料で告知できるツールです。

使わない手は無いのですが、残念ながら、ここも苦手意識が先行してしまい、なかなか手をつけることのできていない店舗経営者が非常に多いのです。

もったいない！

そこで、今回のレポート拝読を機に是非、ミクシーデビューを果たしてください！

**ところが、まずは招待状が無いと、このミクシーには参加できませんので、参加希望の方は、あなたの氏名、メールアドレスを記載の上、下記までメールください。**

⇒ [tomita@achievement-s.com](mailto:tomita@achievement-s.com) メールタイトル「ミクシー招待状希望」で受付！

招待状を私から、発行させていただきます。

招待状が届きましたら、ログインしていただき、基本情報を入力してもらいます。基本情報は、できるだけ、自店のアピール、発行メルマガ、ブログの紹介などを盛り込むようにしてください。

その後は、ブログと同じように日記を書いていくのですが、ブログと違うのは、不特定多数に対する日記ではなく、ミクシーの場合は、知り合いにしか、日記が公開されないということを設定できるのが特徴です。ミクシーでは、「マイミク」と呼ばれていますが、マイミクとは、その人とつながりがあるよということ、互いが認めている状態のことを呼んでいます。



自分がマイミクだと思っていなくても、相手がマイミクだと認めてもらわなければ、ミクシー上では、友達と認定されません。そのマイミク同士しか日記は公開されないのです。

ただそのマイミクというのが、なぜか特別感があり、たとえば、あなたのお店に来店する顧客が、そのお店のスタッフや経営者とマイミクだったりすると、そのことを自慢してくれたりするわけです。

そしてそのマイミクしか知ることのできない、お店の情報、スタッフの情報を発信することによって、顧客にどんどん特別感が植え込まれていきます。

私からすると少し不思議な感覚なのですが、若いターゲットにとって、非常に大切な感覚らしいので、そこをくすぐっていきましょう！『マイミク』という感覚です。

店内で、ミクシーの存在をアピールし、マイミクになってもらうように訴えかけていきましょう！



ミクシーログイン後の画面

次に現在1000万人の利用者がいると言われているミクシーですが、何が店舗経営者にとって優れている媒体かという点、ミクシーにはコミュニティという機能があります。

ミクシーのユーザーが「コミュ」と略してよんでいる、このコミュニティは、共通の興味のあるテーマで、ユーザー同士が会話をしたり、情報を提供したり取得したりしてコミュニケーションを図っているいわば、グループみたいなものです。

このコミュ、例えばどんなものがあるかというと、宇多田ヒカルや、SMAPなどの歌手、芸能人といった全国的なコミュから、新橋に飲みにいこ！や、私の地元、大阪市都島区桜宮駅の周辺コミュなど、非常にニッチなコミュまで存在しています。

当然、そのコミュの参加者は、そのニッチなエリアの住人であることが多く、そのコミュに、お店の存在をアピールさせてもらえれば、全国に発信する必要のないお店の情報を、ニッチなエリアですが、コアな客層に訴求することができます。

これを無料でできるという点がさらに優れているといえるでしょう。

そして、このコミュは、誰でも作成することができます。まずは、あなたのお店のコミュを作成してみてください。

(できればお店のロゴなど、画像データをコミュに登録しておくとなお良しです。)



コミュの作成画面

このコミュの中で、新メニューや、お店のお知らせ、キャンペーン・イベントなどを発表していき、そのコミュを見た人だけ割引サービスを行うなど、そういったミクシ特典をつけていくことによって、このコミュはどんどん盛り上がっていきます。

さらには、そのコミュへの参加希望を運営者が許可しないと、参加できないという機能もコミュの作成時に選べます。

このように参加制限を行えば、会員しか参加することのできないコミュを作成し、会員専用情報を流すこともできます。顧客のロイヤリティを高めるということで、10回目来店していただいた顧客は、このVIP会員コミュに参加できるなどの条件をうけて、プレミアをつけ、顧客の来店モチベーションを高めることにも利用することができます。

こういった機能が、全くの無料で使える。何度も言いますが、無料で、使えるのです。ありがたいことですね。運営している、株式会社ミクシィさんに感謝です。

ちなみに、私は、ミクシー内で、「@オープンマインド」として活動しています。

[http://mixi.jp/show\\_friend.pl?id=2925140](http://mixi.jp/show_friend.pl?id=2925140)

その中で、こんなコミュを作成しました！

[http://mixi.jp/view\\_community.pl?id=3122141](http://mixi.jp/view_community.pl?id=3122141)



私のコミュの画面

このコミュでは、私の本や、この無料レポートを読んでの感想や質問、疑問を受け付けて、回答するコミュにしたいと思っています。

そして、コミュリンクという機能を使って、皆様が苦勞して作成した、お店のコミュも紹介していきたいと思っています。あなたのお店のコミュを紹介希望の方は、コミュのURLを記載の上、下記メールアドレスまでお知らせ下さい。

⇒ [tomita@achievement-s.com](mailto:tomita@achievement-s.com) メールタイトル「ミクシーコミュ紹介希望」で受付！

ミクシーも最初は色々と戸惑う事も多いかもしれませんが、少しずつ慣れていくと思います。年齢も関係なく様々な方が、このミクシーを使って情報を発信しています。

今後さらに、店舗経営の広報にとって重要度を増すサイトです。

インターネットは苦手とか、SNSってなんじゃそれ！とか、言っていられない時代が必ずやってきますので、是非、この機会にチャレンジしてください！

## 最後に

これで、メールマガジン、ブログ、そしてミクシーの説明が終わりました。  
このレポートだけで、作成していくのは、少し難しく感じられるかもしれませんが、色々壁にぶつかるたびに、色々調べていただき、そのこと自身が、あなたのスキルアップにつながることでしょ

このレポートで紹介させて頂きましたサービスは全て無料です。  
無料ということは、使い方の責任などは取ってくれません。  
自分で学習するしかないのです。  
そのかわり、これらのツールを無料で使う事ができ、自店の経営に役立てる事ができ、そしてお店の売上・利益があがっていくのです。  
その覚悟を持って、楽しんでやってみてください。私の経験上では、あきらめずコツコツやっていたら、次第に慣れます。  
パソコン、インターネットは、慣れです。慣れる事ができればこっちの勝ちです。  
その感覚をつかんでいただければ、応用は簡単です。

近くの競合店の店長や経営者が、PCは苦手だと言っているうちに、  
さっさと慣れてしまい、競合店を出し抜いていきましょう。インターネットの世界は、なんでも1番がシェアの80%を握ります。早いもん勝ちです。  
商圈範囲内で、インターネットによる顧客囲い込み一位になってしまいましょう！

何事も最初の一步が大事です。このレポートを読み終わったらすぐに行動に起こしてみることをオススメします。

私は、今後もそういうあなたを応援し続けたいと思います。

最後までご拝読どうもありがとうございました。

ちなみに現在、私たちのホームページで、コンサルティング無料体験のページを用意しております。どうぞ、こちらも是非拝聴いただければ幸いです。

⇒ <http://www.achievement-s.com/90days/index.html>

(YAHOO!で“店舗経営”で検索)

無料レポートを最後までお読みいただきありがとうございました。  
ご質問、ご感想などは、下記まで是非宜しくお願い致します。

株式会社 アチーブメント・ストラテジー社 Achievement Strategy co.ltd

富田英太 とみたひでひろ

HP: <http://www.achievement-s.com/> E-mail: [tomita@achievement-s.com](mailto:tomita@achievement-s.com)