

# 号外

これからの販促物は「共鳴・共感」  
 講演講師 **松野恵介** 先生の

# 販促物の効果が出ない本当の理由 ～完全版～

## 全国縦断セミナー決定!

このたび、ダイレクトメール推進協議会では、様々な「販促ツール」を組み合わせ「集客アップ」「売上アップ」「コストダウン」の仕組みを提唱される、松野恵介氏の全国縦断セミナーを行います。



本手法により、186%もの売上増をもたらした食品通販会社。  
 本セミナーで知ることができる手法は、一体今までと何処が違うの  
 だろうか？ビジネスの環境は、今、大きく変わってきている！

**1 儲かる仕組みには「シナリオ」が必要!!**  
 無駄な経費を使わずに、最大限の効果を出すためのポイント事例を使い、分かりやすくお伝えします。

**2 確実に、お客さまを捉える新手法を導入すべきである!**  
 もう、従来の「顧客獲得の手段」チラシ、インターネット、ダイレクトメール、FAX DMの手法では、シリ質となる。

**3 186%もの売上増をもたらした食品通販会社。**  
 本セミナーで知ることができる手法は、一体今までと何処が違うの  
 だろうか？ビジネスの環境は、今、大きく変わってきている！

著書四月出版決定



「ビジネス」とは企業とマーケットの「コミュニケーション」です。  
 あなたの売りたい、商品やサービス。押しつけても売れないでしょ？  
 いくら素晴らしい商品であっても、「売りこまれたら」欲しくなくなるんですよ。  
 まずは、あなたからお客様に向けて、「得する情報」を発信してください。  
 物語を作るみたいだね！その「情報発信」にお客様が「共感」したとき、  
 初めてあなたの商品に「信用」が生まれるんです。「共感・共鳴」型の販促物  
 つまり、「関係性」を意識したマーケティング手法が必要なのです。

松野恵介先生のプロフィール



本名 松野恵介 (まつの けいすけ)  
 ニックネーム キャップ  
 生年月日 1971年1月1日  
 好きな音楽 桑田佳祐・オリジナルラブ  
 好きな食べ物 カレー・そば・ひつまふし  
 好きな映画 007 ロシアより愛をこめて  
 好きな言葉 梢は高く、根は深く  
 好きな事 車の運転・洋服の衝動買い(笑)



大学卒業後、京都老舗の呉服問屋に入社。次年度から営業マンとして全国を飛び回るが、旧態依然の業界に疑問を感じはじめ。そして、営業をまわりながら自分で見つけ実践する。それが「インターネット販売」だった。試行錯誤の末、インターネット販売の月商も伸び続け、会社に承認を受け、インターネット事業として拡大。その頃から、多くのウェブショップの店長から相談を受けるようになり、相談を受けた店舗は軒並み売上げアップを短期間で達成。そのころから「コンサルタント」としての仕事を意識し始める。そんな時、「モノ」を売るな！「体験」を売れ！のエキスパートマーケティングで有名な藤村正宏先生の塾に入塾。今までのウェブショップの売上げアップのコンサルティングから、企業様へ「集客」「売上げアップ」「コストダウン」などインターネットを使った仕組みづくりの提案までをこなすようになり、独立。そして多くのクライアントのコンサルを受けていくにあたり、いかに企業がインターネットを活用しきれていないかを感じるようになる。チラシやDMとHPの連動性や仕組みとしてのつながりを確信して、「コネクション・マーケティング」理論を確立。