

チラシ経営の営業方法について(3 ステップ)

チラシ経営の営業活動は、次の 3 ステップで行います。
ステップごとに目的を明確にし、地域とのつながりを築きながら、無理なく事業を拡大していきます。

【ステップ 1】A4 手紙のポスティング

最初のステップでは、A4 サイズの案内文(手紙)を地域の事業者へポスティングします。

この手紙では、チラシ配布サービスの概要や目的、地域貢献の方針を伝えることが目的です。

1 回目の配布によって、どのくらい反応があるかを確認します。
反応を見ながら、次のステップでの配布枚数や地域範囲を調整します。
最初は小規模から始めます。

【ステップ 2】イベントチラシの配布

次のステップでは、地域で行うイベントのチラシを配布します。
イベントの実施は任意ですが、チラシ配布を拡大するためにはイベントを行うことが非常に効果的です。

チラシ経営は地域密着型のビジネスであり、地域住民や事業者と直接関わる機会が多いほど、信頼を得やすくなります。

イベントを通じて、地域の方々に「顔の見える事業」として認識してもらうことが重要です。

- ・ イベントの一例: マラソン計測会、地域清掃活動など
 - ・ イベント開催後は、来場者や協力店舗へのフォローアップも行くと効果的です。
-

【ステップ 3】スポンサー募集を含むチラシ配布

3 ステップ目では、A4 のお手紙ではなく、チラシ配布を希望する方やスポンサー募集を目的とした広告チラシを作成・配布します。

このチラシには、以下の情報を掲載します。

- チラシ配布を依頼したい方への案内
- 地域ホームページへのスポンサー募集
- 地域情報発信の協力募集（店舗紹介やイベント掲載など）

この段階では、チラシ配布の範囲や協力事業者も増えており、地域における影響力が徐々に拡大していきます。

スポンサー制度を活用することで、地域ホームページの運営費用を補いながら、事業の安定化を図ることができます。

【まとめ】

この 3 ステップの流れにより、段階的に営業活動を広げながら、業務量を調整していくことが可能です。

- ステップ 1 で「認知」
- ステップ 2 で「信頼」
- ステップ 3 で「拡大」

という流れを意識することで、無理なくチラシ経営を軌道に乗せることができます。地域とともに成長する仕組みをつくり、長く続けられる営業スタイルを確立していきましょう。