



まいどありがとうございます！
「元気、笑顔、感謝をまき散らす」
ちらし屋ドットコムです！



ちらし屋のHPはこちら

ちらし屋のチラシ

2020.04.20

月イチでお客様にお届けするユルめのニュースレターです。

今こそすべきことや
今だからできることを
笑顔でコソコソや。



常務取締役 河田菊夫

こんにちは！常務の河田菊夫です。
厳しい状況が続いています。さまざま
な情報が飛び交っていますが、惑
わされることなく、今できること、今だ
からできることに目を向けてコソコソ
と取り組んでいこうと思っています。

新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う 当社サポート対応に関するお知らせ

ホームページでご案内の通り、新型コロナウイルス感染症拡大の事態に伴い、下記のような体制で業務に対応しておりますのでご案内いたします。

WEB事業部

創業時より一部のスタッフについては、テレワーク（在宅勤務）制度を導入しておりますが、岐阜県内に緊急事態宣言が発表されたタイミングより、スタッフ全員でのテレワークをスタートしています。

EC事業部

商品管理・データ管理の担当者は、テレワーク勤務をしています。商品出荷チームについては、交代制での出社、換気・スペースを配慮した作業に取り組んでいます。



緊急事態宣言の前から社内ではZOOMの常時接続をしていました。カメラアプリを使った仮装大賞を開催するなど、楽しい雰囲気作りも心掛けていました。

お問い合わせ対応状況

◎電話でのお問い合わせについて

お電話でのご連絡・お問い合わせは通常通り受付していますが、テレワーク勤務中のスタッフにて交代で電話対応を行っております。お電話が重なりますと「通話中」になる場合がございますがご了承ください。また折り返しのお電話は、050から始まるIP電話で発信することもございます。

◎メールでのお問い合わせについて

メールでのご連絡は通常通り対応しています。お電話がつながりづらい時は、メール・お問い合わせフォームよりまずはお連絡をお願いします。順次、ご対応いたします。

また、お客様の会社で導入されたテレワークツールでの連絡も対応しています。（チャットワーク・LINE）
テレワークツールでのやりとりをご希望の場合は、まずはお問い合わせフォームよりご連絡ください。

◎対応時間について

通常の営業時間通り（平日：9時～18時まで）対応しております。

外出できなくてもWEBでの情報発信は継続できます！

裏面もチェック

Info

Zoomなどのツールを活用した
オンラインミーティングにも対応。

対面での打ち合わせも大好きですが、「Zoom」での打ち合わせも可能です。オンラインミーティング未経験の方でも大丈夫ですので、まずはお問い合わせください。この機会を利用してオンラインツールを体験しましょう！



Info

FC岐阜から「ギッフィー」が来社！
社内がパーツと明るくなりました！

先月号で予告した通り、FC岐阜公式マスコットキャラクターのギッフィーが、当社オフィスに遊びに来てくれました！名刺交換からはじめて、楽しい時間を過ごすことができました。当日の様子は当社のブログをご覧ください！



株式会社ちらし屋ドットコム

〒504-0018 岐阜県各務原市那加西市場町4丁目9-2



0120-5040-92

営業時間：平日（月～金）9時～18時30分



常務・河田菊夫の3Kコラム



菊! 聞く! 効く!



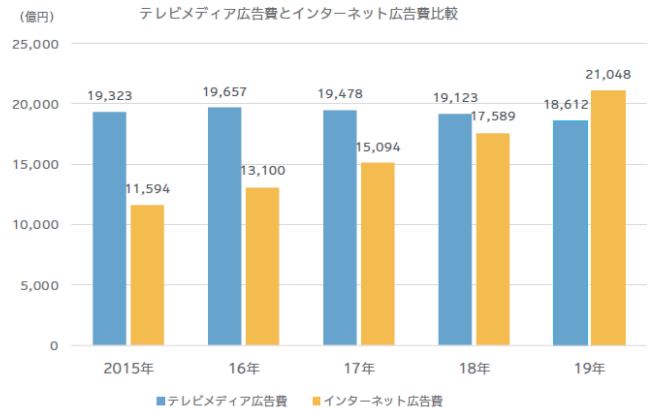
～インターネット広告に関心をお持ちのみなさまへ～

今こそ、この先の“一手”を考えておく時!

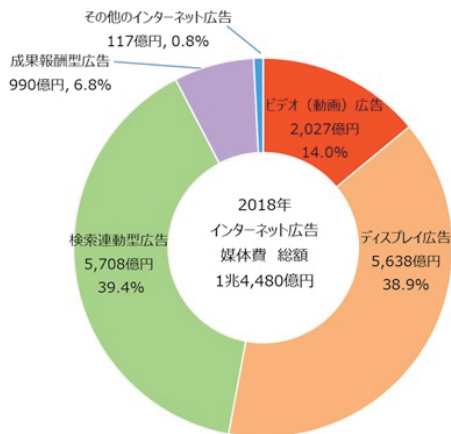
インターネット広告がテレビCMとの「差」をますます広げていきそうです!

右の図は2019年の資料です。ネット広告費(広告出稿に掛かる費用+広告自体を制作する費用)=約2兆1,048億円。それに対して、テレビメディア広告費(地上波テレビ・BS・CS放送など)は、約1兆8,612億円。ネット広告は119%以上の成長、テレビは97%に減少し、とうとうネット広告がテレビCMを抜き去りました。すでに2020年も中盤に差しかかろうとしています。ネット広告とテレビ関連広告との差は、今後ますます開いていくと予想できますね。

「テレビメディア広告費」と「インターネット広告費」



インターネット広告媒体費の広告種別構成比



インターネット広告といっても色々あります。

SNS広告の利用がさらに増えそう。

どんどん増加するネット広告。もう少し細かく見てみると・・・

これまでは、GoogleやYahoo!で「検索する」と表示される検索キーワード広告がトップでした。しかし、2018年の割合を見ると全体の40% (2019年のデータはまだ発表されていないようです)。最近では、SNS (facebook・Instagramなど) がますます主流となり、企業の活用も増えてきています。ということは、SNS広告の利用も、さらに増えることが予想されるため、この「検索キーワード広告」が占める割合も2020年はさらに変わってきそうです。

有料のネット広告で集客しながら、ホームページをより戦略的に活用してみる。

お客様との打ち合わせの中で「ホームページを使って、無料で集客したい」という相談をいただくこともあります。もちろん、この「無料でできる集客」に取り組むことは素晴らしいと思います。しかし、「ホームページをちょっと更新してみた」「数回、ブログを書いてみた」「〇〇にリンクを貼ってもらった」では、なかなかすぐの成果は期待できません。

そこで・・・

「有料広告」を使って集客しつつ、「無料でできる集客」をコツコツ進めていく作戦、あるいは「有料広告」を使って集めた様々なデータを活用してホームページを充実させていく作戦など、これまでとは違った戦略を立ててみてはいかがでしょうか。

ホームページの活用に手応えを感じてはいるものの、もう一段ギアを上げたいとお考えのお客様は、ぜひお問い合わせください。

参考・参照・出典／キーワードマーケティング研究会様 電通様「日本の広告費」

