

SNS (facebook) とキャッチコピーにより集客力向上を図った事例

耳つぼ白書フィオーレ (徳島県)

自らの実体験を活かして耳つぼダイエットを普及推進する女性起業家

1. 相談のきっかけ

- ・創業後、数年経過。業績も、やや頭打ち状況にあり、何らかの打開策を求めて商工会議所を訪問。
- ・よろず支援拠点を紹介されて、同行来訪されたもの。

2. 課題整理・分析

- ・施術方法等は、本部の指導下であり、一定の水準は保たれている。
- ・個別企業としては、代表者の個性(魅力ある笑顔等)のPRが今一つであり、また、既存の固定客との集いの空間の必要性が浮かび上がった。

3. 解決策の提案

- ①顧客との交流の場としてSNSの活用
- ②キャッチコピー”笑顔も売っています。耳つぼダイエット白書の佐野佐知子です。“を作成し、事業のブランド化
- ③拠点発行機関誌、地元誌の活用による販促等を提案、順次、実施することで合意



4. 成果

- ①よろず支援拠点を通じた専門家派遣制度を活用し、facebookの運用を学び実践。顧客定着化の効果が出たとの代表者談あり。
- ②引き続き、ブランド化のためのキャッチコピーを考案(「3. 解決策の提案」の②)
- ③並行して、地元経済誌『徳島エコノミージャーナル』、とくしま産業振興機構機関誌『企業情報とくしま』への連携記事を掲載。知名度向上を図る。

徳島エコノミージャーナル10月号掲載予定 「Before&After 図」



企業情報とくしま11月号では、「？」の写真も公開。更にパブリシティ活用による知名度向上策を考慮していく。