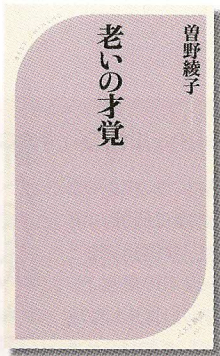


2012年プロモーションのヒントになる本

年が改まり、新たな気持ちで販促に取り組む人は多いはず。

そこで昨年、本誌の「著者インタビュー」に登場いただいた6名の方に、「2012年プロモーションのヒントになる本」を聞いた。

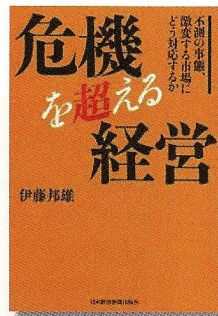


「老いの才覚」
曾野綾子 著
ベストセラーズ 刊



muse Branding Academy
代表取締役
「イメージコンサルタントが教える 第一印象で売れる 信頼と共感の接客術」著者
谷澤史子氏

全ての物が有限で、自分自身もまたそうであると気付いた働き盛りの人たちは、消費にも大人の才覚を持った判断をするようになります。日本人はサービスにお金を払うという感覚が希薄だったと思いますが、震災を経験したことで「人に何かをやってもらったら対価を払う」ということを認識し始めるでしょう。大人の才覚を再認識することは、大人のマーケットが拡大すると鍵と考えます。

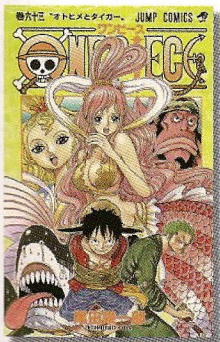


「危機を超える経営 不測の事態、激変する市場にどう対応するか」
伊藤邦雄 著
日本経済新聞出版社 刊



ブライトワイズコンサルティング
合同会社代表社員
「同じモノを売っているのに、儲かっている会社、儲かっていない会社」著者
金子智朗氏

バブル崩壊に始まり、リーマンショック、震災と相次ぐ危機に直面してもなお、高い業績を上げている企業があります。その理由について書かれた本です。印象的なのは、先進国での成功モデルがそのまま新興国には通用しないことを示唆するトヨタ、ユニチャーム、資生堂などの事例です。顧客をよく観察し、顧客の生活まで入り込み、顧客の目線で考えて初めて売り上がることであらためて認識させられる本です。

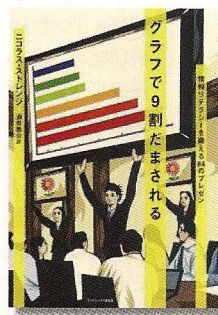


漫画『ONE PIECE』
尾田栄一郎 著
集英社 刊
©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション



Leaders Academy学長
「ブレインマネジャー入門～時間がない中で「自分の結果」と「部下の結果」を出すための5つのスキル～」著者
嶋津良智氏

先日ニュースを見ていたら、第64巻の初版が400万部というから驚きです。普通のビジネス書著者からしてみますと0が3ケタ違う数字ですから尋常な数ではありません。累計発行部数は36巻時点で史上最速1億冊突破、60巻発売と同時に前人未達の累計発行部数2億冊に到達。64巻現在、累計2億5000万部を突破していると言われています。ここに若者の志向が潜んでいるに違いありません。

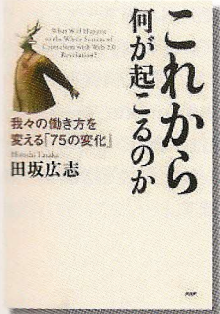


「グラフで9割だまされる 情報リテラシーを鍛える84のプレゼン」
ニコラス・ストレンジ 著
武田ランダムハウスジャパン 刊



Befor 9プロジェクト主宰
図解化コンサルタント
「『ひとり時間』で、すべてがうまく回り出す!」著者
池田千恵氏

グラフの効果的な使い方を用途別に瞬時に判断し、活用できる図表作成リテラシーは、提案書を書くことが多い販促担当者には必須のスキルです。この本では「人を欺くためのグラフの使い方」をテーマに、誤解を与える図の書き方を皮肉たっぷりに説明しています。タイトルは逆説的ですが、いつもなんとなくグラフを作っている方はこの本を反面教師として活用すれば図解力が向上します。

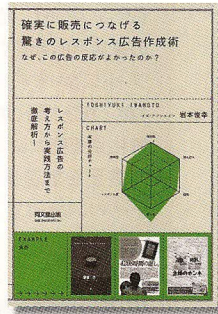


「これから何が起るのか」
田坂広志 著
PHP研究所 刊



チェンジ・アーティスト代表取締役社長
「結束力の強化書」著者
萩原哲雄氏

「これから『日本の時代』が始まる!」。今から5年前に、世間の論調とは、まったく逆の結論を著者は言い切る。本書は、市場と顧客の変化を読み取るための視座が満載の一冊。この作品は、プロモーションを担う読者に取って、必読の書であり、われわれの働き方を変える「75の変化」を洞察する方法が学べます。



「確実に販売につなげる 驚きのレスポンス広告作成術」
岩本俊幸 著
同文館出版 刊



アイ・コミュニケーション
代表取締役
「お客様から選ばれるウェブ文章術」著者
平野友朗氏

レスポンス広告のつくり方が分かる一冊。当社はウェブ関連の仕事が多いのですが、紙媒体のアドバイスを参考にしています。レスポンス広告の基本的な考え方、必要な要素、テスト方法などが解説されています。豊富な事例を基に、成果があった広告、なかった広告の理由が学べるのも実践的です。本書が提供する広告づくりの「型」に当てはめれば、すぐに効果的な広告がつけれます。