

カンタン更新を目指して

リウムのふじたです。
弊社ではクライアントの皆様に、「ホームページは作って終わりじゃありません。新しい情報を更新して育てて行かないとダメです」とお伝えしています。

でも、普段のお仕事にプラスして、ホームページの更新もとなると、なかなか難しいですよ…。

わかります。自分も月一回のこの原稿、普段のシステム開発の仕事と勝手が違うので、こんなに小さいものですらとても時間を使っています。そんな負担を少しでも減らすべく、「メール投稿でホームページを更新する」という機能を

リリース致しました。
予め投稿するメールアドレスなどを設定しておくことで、携帯電話などのEメールからホームページの更新をできるようになる機能です。出先でのイベントの様子や、急な営業時間の変更などのお知らせをホームページに載せるのに便利かと思います。

リウムスマイルのホームページの「活用のヒント」に詳しいご説明を載せておりますので、是非ご活用ください。



藤田憲一
取締役最高技術責任者

アイスに黒蜜をかけて食べるのがマイブームです。

WEBデザイナーの一ちゃん

デザインのある生活

リウムスマイル！スマホ対応間近！

リウムスマイル！はホームページ作成機能や顧客管理機能、メール配信機能がついた、オールインワンシステムなのですが、お店の準備や営業のことを日々考えておられるお忙しい方は、ゆっくりパソコンを開く時間もない！なんていう声もよくお聞きします。

そこで、そんな方に、少しでも多くホームページを更新したり、メール配信をしたりしていただきたいという思いから、リウムスマイル！管理画面のスマホ対応を開発中です。

クライアント様がスマホでやりたいことをじ

くり考え、パソコンでできることのほとんどがスマホでも見やすく、より使いやすくなっております。
管理画面で使用している画像も、パソコンとは別の画像を使用し、直感的に使用していただけるように改良しています。

新たにもう1つ新しい管理画面を作った…というぐらいの大変な作業でしたが、どんどん使い勝手が良くなっていくのを感じ、私自身ワクワク感も止まりません！
もうすぐβ版の公開です！これでさらにリウムスマイル！を身近に感じ、どんどん利用していただけると嬉しいです！！



の一ちゃん
WEBデザイナー
免許の更新手続きを忘れていました！！
あと4日…行かないとっ！



じゃすみん
WEBデザイナー
この間初めてスパワールド行ってきました！楽しかったですが、営業の方がぐいぐいきていたのはちょっと…

じゃすみんの

オミセラブ修行日記

デザインスキン作成中です！

現在新しいデザインスキンを製作中です。
今までになかったような色使い、デザイン、スタイルに重点を置いて、以前のデザインスキンやカラーバリエーションとはまた一味違ったデザインスキンを作っています。

他の作業と並行して作っているのですが、まだまだ途中段階なので実装するにはまだ時間が必要ですが…

これ使いたい！このデザイン好き！この色いいなあ！と思っていただけるよう頑張って作っていかうと思います。



月刊オミセラブ2012年7月号



〒550-0005 大阪市西区西本町1-7-9川田ビル202

失敗しないために知っておきたい
事業転換と事業拡大
の基本

失敗しないために知っておきたい
事業転換と事業拡大の基本代表取締役お客様係
穂口大悟
最近アウトドア行事・農作業が多いので、すでに真っ黒です！（顔と腕だけ・・・）ガラッと変えたい
気持ちも解るけど・・・

小さいお店を経営していると、今やっている商売が上手くいかなかったり、市場が小さかったりして、事業を転換したり、事業を拡大する必要がありますがでることがあります。商売は生き物ですから、これは当然のことですし、すぐに方向転換できるのは小さいお店の強みとも言えます。

ただ、商売の転換、拡大といっても守るべきセオリーがあり、これを知りながら行うのと、知らずに行うのとでは成功の可能性に大きく差がでると思うのです。

事業展開の4つの伸ばし方

事業転換や拡大には様々な方法があり、セオリー通りに行ったからといって、必ず成功するとは限らないし、実際は「やってみないとわからない」ことだらけです。だからといって、「とにかくやってみる！」では乱暴すぎます。（失うものが大き過ぎますからね～）

こんな時に学ぶべきは先人の知恵。事業転換や拡大については、アンソフという偉い先生が4つのパターンに単純化して考え、それぞれの特徴をつかむといいよ！と教えてくれています。

アンソフ先生の
「事業の4つの伸ばし方」

新規お客様	3	4
今のお客様	1	2
	今の商品	新規商品

1.今のお客様に今の商品

今のやり方をもっと頑張る！という方法で事業の拡大を図る。まあ、これが一番堅いです。

2.今のお客様に新しい商品売る

今お店に来ているお客様に、新しい商品で事業を伸ばす方法。お客様のことはわかるので、ニーズやシーズに合わせた商品を開発すればいいんです。まあ、商品開発って大変ですが・・・

3.新しいお客様に今の商品売る

商品的に魅力があるので、今のお客様以外の新たな層に販売することで事業を伸ばす方法。商品は既にあるので、新たなお客様層向けにマーケティングを行い、開拓すればいいのです。まあ、新たなお客様層開拓ってめっちゃ難しいですけどね・・・

4.新しいお客様に新しい商品売る
今まで出会ったこともないお客様に、今まで売ったことのない商品を開発して売ること、事業を伸ばす方法。これは・・・相当難しい・・・ですね。

まずは1！そして2か3

ざっと見ていただくと僕が申し上げたいことがだいたいお分かりだと思いますが、僕がご相談を受けたらまずは1を提案します。新規事業とかいう前にやることいっぱいあるよね？と。あるいは、今の事業の状況や外部の経済状況などを鑑みて、2か3です。4はまず行いません。だから僕の提案は「オモシロクナイ」と思います。

コンサルタントには直感的なヒラメキで4番の新規×新規のアドベンチャーな提案を欲している方は多いと思います。しかし、資源の乏しい小さいお店にとって、新規の顧客層を開拓しながら、新規の商品を開発することはとても難しい＝失敗する可能性が高いのです。（もちろんやってみないとわかりませんが）

また、いたずらに4を選ぶことは、今まであなたのお店を愛してくれていたお客様を裏切ることにもなることがあるのです。珍しい事業アイデアに飛びつく前に、もっと今のお客様と今の商品とを愛してあげて欲しいのです。

5名様
限定

7月19日 木曜日 法人化ってどうなん？ 司法書士が地元では言えないホンネ、ぶっちゃけます。

事業の拡大についてまる
「法人化」のメリット・デメリット
専門家がホンネで教えます。

事業転換や拡大を機に、事業を「法人化」しようという方も多いと思います。しかし、「法人化」と一口にいても、様々な法人の種類があり、それぞれにメリットとデメリットがある・・・そんな、あまり馴染みのない「法人化」について京都のおもしろ司法書士の谷口龍一先生が、ぶっちゃけトークで

教えて下さいます。

【講座内容】

- 法人の種類
- それぞれのメリットとデメリット
- 法人化の流れ
- 法人化にかかるお金
- 日時 7月19日 木曜日 14時～17時30分
- 定員 5名様
- 場所 リウム事務所
- 受講料 1,000円（クライアント様無料）

リウムクライアント様以外のお店の方もお気軽にご参加下さいね。
下のフォームをFAXください！

会社名 屋号	
お名前	
連絡先 TEL	
FAX 06-6319-8080	

夏消費をつかまえよう！

7月はジメジメした梅雨も開け、夏本番です。日差しも強く、体感温度も高く感じるようになりますので、「夏」への消費意欲が一気に加速します。

- ・暑さの不快を解決する提案
 - ・夏の楽しさを盛り上げる提案
- を行いたいですね。
特に食品の消費は夏がピーク！
店頭から暑い夏を盛り上げていきましょう！



●7月のキーワード

- 暑さ対策
日焼け止め・安眠対策グッズ・日傘・暑さ対策グッズ
- 夏物衣料・小物
ゆかた・夏スーツ・Tシャツ・サングラス・ビーチサンダル
- 冷製メニュー
アイス・冷製メニュー・食欲増進の辛いメニュー・ドリンクメニュー
- 夏のレジャー
水着・プール用品・キャンプ用品
- 夏の美容
日焼け対策・ダイエット・脱毛
- お中元
ギフト早期割引

●7月の気候

暑さを武器に！

最高気温が30度を超えると、暑さも不快に感じてきます。暑さ対策や暑さによる影響に関する販促はお客様の「感性」に届きやすいので気温の変化に注目しましょう。

	平均気温	最高気温	最低気温	相対湿度
上旬	25.8	29.9	22.5	72
中旬	27.1	31.1	24	71
下旬	28.5	33	25.2	68

大阪 1971～2000 の平均値 気象庁HP気象統計情報

ピックアップイベント

暑中見舞い



現在ではハガキやメールを送ることが「暑中見舞い」とされていますが、本来は暑い時に「友達が病気をしていないか」と尋ねる習慣だったようです。方法は変わっても、お客様を気遣う気持ちは変えたくないですね。

梅雨明け（平年では7月21日頃 近畿）



梅雨明けは文字通り本格的な夏到来宣言！。食品の消費は暑ければ暑いほど高くなる傾向があります。また、暑さを逃れたい欲求は人間の本能。お客様の欲求を満たすようなご提案がしたいですね。

ワンポイントアドバイス

メルマガ・ブログ・ホームページで
ネタを使いまわす！

ホームページとブログ、メルマガをどう使い分けたら良いのかわからん！とのご相談をよく受けます。僕がおすすしめしているのはネタを使いまわす方法。例えば、「夏の牡蠣」をテーマにすると・・・
・メルマガ 牡蠣の味噌焼クーポン
・ブログ 夏の牡蠣の産地や仕入れの紹介
・ホームページ 夏牡蠣フェア案内とレシピコラム

という感じ。一つのテーマでもメルマガではクーポンやお知らせ、ブログでは舞台裏のレポート、ホームページでは公式情報と内容を分ければ一つのネタで濃い更新ができます。参考にしてみてくださいね！

