

令和7年3月号

事務所通信

アークグロー・パートナーズ税理士法人

Vol.47



❀ 今月のお知らせ ❀

・令和6年度の確定申告の引落日のご案内です。

所得税：令和7年 4月23日(水)

消費税：令和7年 4月30日(水) となっております。

口座振替をご利用の方は、通帳の残高確認をよろしくお願いいたします。



❀ 広告と販売促進ツールについて勉強会を行いました ❀

2月の全体会議時に、株式会社ナツウェブの夏原社長にお越しいただき、広告ツールの種類と各ツールについて、基本から有効な活用方法まで学びました。

今回は、広告ツールの種類・ホームページの重要性・販売促進ツールの分析についてご紹介します。

【広告ツールの種類(金額の目安:売上の3%~5%)】

①プッシュ型

テレビCMやラジオ広告、看板・ポスターなど意識をしなくても飛び込んでくる広告をプッシュ型と言います。プッシュ型のメリットは、老若男女問わず数多くの人に認知してもらえるところです。全国を対象としたTVCMを初め、県内・地域を対象とした折込チラシ・雑誌広告など影響範囲にあったツールが各種存在します。認知度アップには効果的ですが、コストは高めです。

②プル型

ホームページやブログ、web広告など、ニーズを持ったお客様をピンポイントで選ぶ広告をプル型と言います。プル型のメリットは、効率がよいところ・コストの調整ができることです。「ニーズを持ったお客様」=「購買意欲が高いお客様」に表示されるため、成約率が高いです。プッシュ型と違ってターゲットを絞るため、コストを予算内に調整することができます。影響範囲が限られてくるため、認知度アップには不向きです。



【ホームページの重要性】

どの広告ツールを使用しても、最終的にお客様がたどり着くのはホームページです。ニーズを持ったお客様は商品・サービスを認知した後、調査・比較・検討をします。どんな商品か、他社との違いは何か、評価はどうかです。これらの情報を集約することができる強力な販売促進ツールがホームページとなります。



最初は1ページでもいいので、ホームページを作成しておくことが大切です！

ホームページは商品紹介のためだけのものではなく、どういったお客様にニーズがあるかを分析することができるツールでもあります。ホームページに訪れた人の情報を解析し、ページを徐々に増やしていくことで、より情報が集約され集客にもつながります。

【使用している販売促進ツールの分析】

現在使用している販売促進ツールがプッシュ型なのかプル型なのか、お客様のニーズに選んでもらえるような販売促進が行えているかを分析することも大切です。商圏エリアが全国なのにのぼりしかたてていない、地域密着型の企業なのに TVCM をしようとしている…など今行っている販売促進が本当にお客様を獲得できているか。これを分析することで、必要な広告手段、辞めてもよい広告手段が把握でき、経費の有効活用・削減を行うことができます。

販売促進にお困りでしたら、アークグロー・パートナーズ税理士法人へお気軽にご相談ください♪



各種 SNS も更新しておりますので、

良ければフォローお願いします♪

HP



Face Book



Instagram



Threads



ARC GROW PARTNERS

◇申告書の提出期限

| 提出月 | 3月 | 4月 | 5月 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 確定申告 | 1月決算 | 2月決算 | 3月決算 |
| 予定申告(年1回) 消費税(年3回) | 7月決算 4月、7月、10月 | 8月決算 5月、8月、11月 | 9月決算 6月、9月、12月 |



アークグロー・パートナーズ
税理士法人

Arc Grow Partners Tax Accountant Corporation

アークグロー・パートナーズ税理士法人

【本社】 〒524-0042

滋賀県守山市焔魔堂町 121 番 1

TEL 077-598-0473 FAX 077-598-0474