

売上げアップとビジネスに役立つアイデアとヒントとノウハウが満載!!

沼津から日本を元気にするプロジェクト!

地元の中小企業様向け応援レター

『アイデアがどんどんひらめいた!』と評判のビジネスレターです。

2012.03号

発行 deep 株式会社 TEL.055-933-5297 FAX.055-957-4914 <http://www.de-ep.jp>

みなさんこんにちわ、deepの深瀬です。
今日は、PRプロジェクト「うどん県。それだけじゃない香川県」が大きな反響を呼んでいる香川県に関する記事です。
「うどん県」プロジェクトは昨年10月にスタート。俳優の要潤さんをうどん県“副知事”に任命するという設定で専用ホームページを立ち上げたところ、直後にアクセスが殺到した。
商品コンセプトや顧客ターゲットなど、マーケティング関連においては全般的に、「絞り込むことが大事」と言われます。
誰に何を売りたいのかがハッキリしているほど、人を引き付けるパワーが大きくなるからです。しかし、絞るのは難しいというのもまた事実。香川県は大胆にも、「香川県=うどん県」としましたけれども、相当な勇気が要ったはずですよ。
静岡県や沼津市を「●●県」「○○市」などと別名で表現する

と何が入るでしょうか。お茶・みかん・ひもの・・・たくさん知っているのも、あれもこれもと考えてしまい、絞ることは容易ではありません。それをあえて香川県は「うどん」に絞ったところに、この企画の責任者のセンスと勇気を感じます。
さて、あなたは、「わが社は○○の会社である」というふうには、一言で自社を表現することができますか。
もちろん、あなたの会社もいろいろな商品を扱っていることでしょう。しかし、「あれもこれも扱っています」と言ってしまうのは、結局、聞く者に何も伝わらないのと同じなのです。香川県に習い、PRすべき点を絞り込みましょう。

では、今月も元気に応援レターをお届けします!

集客・営業・広告・販促に役立つ **心理** マーケティング

key word 『モテるコツ』

ある心理学実験で被験者は3人の美しい女性A子さん、B子さん、C子さんを順番にデートに誘うように命じられます。

デートに誘われたAさんはこう答えます。

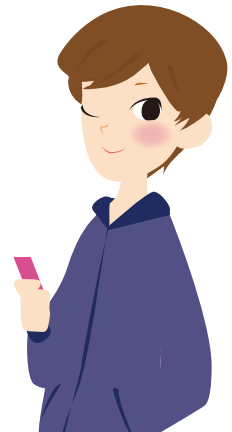
「OK、いいわよ。」

デートに誘われたBさんはこう答えます。

「予定が入っているの。でも、あなたの頼みだから何とかするわ。OKよ。」

デートに誘われたCさんはこう答えます。

「ダメ。NO!」



➤ 中面に続く

design epoch



deep 株式会社

〒410-0821 静岡県沼津市大平 2874-533
TEL.055-933-5297 FAX.055-957-4914
メール /info@de-ep.jp
<http://www.de-ep.jp>

◆本紙は『深瀬和広』のビジネス情報レターです。

deep 株式会社 代表取締役社長 深瀬和広 (ふかせかずひろ)
年齢: 39歳 血液型: O型 星座: てんびん座
生年月日: 昭和47年10月14日 出身地: 静岡県沼津市大平
好きな言葉: 正直、親切、愉快! 趣味: ゲーム
好きな映画: スターウォーズ・バックトゥザフューチャー・アメリコミ映画

プロフィール / 地元沼津に生まれ、小さい頃から絵を描いたり物を作ったりすることが大好きでした。そのため大人になっても、趣味と仕事と一緒にこのクリエイティブデザイナーという仕事を楽しく続けています。デザイン×ITでみなさんにHAPPYを!!



集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

さて、被験者が最も好感を抱いたのはA子さんでしょうか？ B子さんでしょうか？

それともC子さんでしょうか？・・・実験の結果、一番好感を持たれた女性はB子さんでした。

B子さんはデートに誘われて最初は断ります。この断りによって男性は自分の欲求（デートしたい!）を抑えなくてはならなくなりました。その欲求は断られたことによって出口がなくなってしまいます。ところが次の瞬間に「OK」が出たことによって出口がなく溜まりに溜まった欲求が一挙に放出されます。

この瞬間を人は快感と感じるのです。これは仕事でも応用できますね。お客さんからお願いごとをされたら、すぐに「OK!!」と言うのではなく、一度、ためらう、躊躇する、拒絶して、相手の欲求を留めてから、OK

サインを出すのです。

「来週の水曜までに納品できないかな？」

「ちょっと無理ですね。・・・でも、佐藤さんのお願いだから何とかします。」

「もう少し安くならない？」

「これ以上は無理です。・・・でも、田中さんのご希望なので何とかしましょう。」

「明日までに企画書書いてよ。」

「仕事が詰まっていてできません。・・・でも、課長のためなら頑張ります！」

簡単なテクニックですが、相手の好意を得るには有効です。

key word 『まぐれですよ!』

何か出来事があると、人は次の要素に原因を見出そうとする傾向があります。

「1.能力 2.努力 3.難易度 4.運」

たとえばあなたがある仕事を受注したとします。

その時に私達は次のように原因を考えるのです。

1. 能力=彼はプレゼン能力が高いから仕事が受注できたのだ。
2. 努力=彼はクライアントに何度も通い詰めていたからね。
3. 難易度=この仕事は誰がやっても通った企画さ。
4. 運=たまたまだよ。ラッキーなヤツなんだよ。

そして、当事者は成功の原因を 1 の能力や 2 の努力に求めようとします。しかし、同僚や関係者は 3 や 4 にその原因を求める傾向があるのです。反対にあなたが仕事の受注に失敗した場合には逆のことが起こります。つまり、失敗した場合にはあなたは 3 や 4 に原因を求めて「今回はもともとウチの会社で受注するにはレベルが高すぎたんだ」「競合が今回はうまくやったな。オレはツイてなかった。」と考えることが多くなります。一方、周囲の人は「アイツは力がないな。」とか「努力が足りないんじゃないか。」といったことに原因を求めるとです。



ということはあなたの部下やスタッフが何か仕事で成功した時に「いや～、今回はまぐれですよ」と謙遜した場合には、本心では自分の能力や努力の賜物だと思っていることが多いわけですから、間違っても「運がいいなあ。お前は!」と相づちを打ってはいけないわけです。これでは間違いなく相手に嫌われてしまいます。100%まぐれだったとしても「あなたの努力の賜物だよ」と相手の能力や努力を認めてあげた方が相手は喜び、今後も円滑なコミュニケーションが取れる確率が高くなります。

そして、失敗した場合には「今回はツイてなかったな。あと一工夫すればうまく行ったはずだよ。」といったように運やほんのちょっとの努力の差だったことを含めた慰めの言葉をかけると良いですね。ちょっとした人の心理を理解して、コミュニケーションを図ることは商売やビジネスに結構役立つものです。

key
word

『感情・思考・行動』

ブログやメルマガ、フェイスブックを利用したビジネスでは文章がコミュニケーション手段の中心になります。しかし文章で自分が伝えたいことを相手に伝えるのはなかなか難しいことです。

ではどのような文章にすれば相手の心に響くのでしょうか。簡単な書き方をひとつお話ししましょう。それは文章を「感情・思考・行動」で表現するということ。平坦な文章を「感情・思考・行動」で表現することを心がけると読み手に伝わりやすくなるのです。

例えば

「私は友人とケンカをして、相手を殴ってしまった。」
これはとてもフラットな文章です。普通の文章です。
これを「感情・思考・行動」で表現すると次のようになります。

「カッとなって頭に血が上り、手はワナワナと震えだし、私は思わず怒鳴り声を上げていました。『こんなに一生懸命に努力しているのに、何故分かってくれないのだ。』という悔しさが頭をよぎっていました。そして次の瞬間、思わず手が出て相手の頬を殴ってしまったのです。」

いかがでしょう。普通の文章でも自分の感情や思考、そして行動を意識して表現するだけで上記のように文章に立体感が出てくることが分かります。

インターネットを使ってビジネスを行う場合、「この文章で分かってくれるだろう。」「伝わるだろう。」「理解してくれるだろう。」ではダメです。相手が分かるように、相手に伝わるように、相手が理解しやすいようにコミュニケーションをとる必要があります。そのためのテクニックの一つが「文章は感情・思考・行動で書く」です。



チョット

break



『少年野球』

仕事に役立つビジネスジョーク

少年野球のコーチが試合の途中で、幼い一人の選手に向かって言った。
「大事なことはチームとして勝利を手に入れることだ。分かるかい？」
小さな男の子はうんとうなずいた。

「ストライクの判定が出たり、一塁でアウトになったときに審判と争ったり、悪態をついちゃいけないね。分かるかい？」
小さな男の子はまたうんとうなずいた。

「じゃあ、向こうに行って、お母さんにそのことを説明してやりなさい。」



効く

チラシづくりに役立つ ワンポイントアドバイス

反応の良いキャッチコピーを書くためのコツはお手本となるコピーをマネして、自社に応用することです。今回は雑誌、新聞、サイトや書籍タイトル等で見つけたお手本となるキャッチコピーを紹介させていただきますので、あなたの会社やお店でのコピー作りの参考として下さい。

『この事実を目を通すまで〇〇に入らないでください』

このパターンのキャッチコピーも応用しやすいコピーパターンです。

例えば、

「この事実を目を通すまでエステには通わないでください。」

「この事実を目を通すまでリフォーム工事には入らないでください。」

「この事実を目を通すまで学習塾には通わないでください。」

といったキャッチコピーで読み手の興味を引き、その後、一般的なエステやリフォーム会社、学習塾を選ぶ場合に失敗しがちな点を説明します。そして、その後、上手な選び方のポイントを説明します。

もちろん、最終的には自社の商品やサービスはそれまでに説明した失敗しがちな点をフォローし、ポイントをカバーしているものであることを説明することになります。

『〇〇の撮り方AtoZ』

私は以前、「スキー用具の手入れの仕方」というサイトにアクセスしてメンテナンスの仕方を調べました。

そして、解説を読んだ後にそのページからリンク設定されていたサイトでメンテナンス用品を購入したことがあります。この流れはあなたの会社やお店でも使えますね。

例えば

「入学式の写真の撮り方のコツ」

「かわいいお孫さんの上手な撮り方 AtoZ」

といった情報を提供して、その撮影に必要な機材やサービスを紹介すればよいわけです。

「売る」のではなく「教えて」から「売れる」という流れを作ることがコツです。

●本記事は契約のうえ、ビジネス本、メルマガ作家・講演者の酒井とし夫さんが寄稿しています。

酒井とし夫氏プロフィール：「小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術」「売れるキャッチコピーがすらすら書ける本」（日本能率協会マネジメントセンター刊）の著者。読者数2万6千人以上の人気メルマガ『1分で学ぶ！会社やお店の集客・広告宣伝・販促』の作家。講演者としても日本全国で活躍中。

編集後記

みなさんはFaceBookを利用していますか？

SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)サイト。「友達や同僚、同級生、仲間たちと交流を深めること」を目的としているのが特徴の一つ。新たな出会いを求めることもできるが、むしろ実生活で連絡を取り合ったり交流している人とのコミュニケーションに主眼が置かれている。パソコンのアドレス帳に入っているメールアドレスを使ってユーザー検索したり、同級生や同窓生、同僚を捜したり、趣味や地域でも検索できるなど、実社会のコミュニティの延長線上にあるSNSといえる。(ヤフー百科事典引用)

日本ではミクシィなどが有名ですが、私も登録自体はだいぶ前にしていたんですが、最近になって本格的に運用を始めました。

そのおかげで専門学校時代の同級生をみつけるなど、いいこともありました。仕事でFaceBookページを利用をしている方も多いかと思えます。もしよろしかったら是非利用してみてください。ぜひ友達登録もよろしくお祈りします



Akane's book column

深瀬安香音が読んだ本の中からオススメをご紹介します



経営者に必要な「儲かるデザイン」をわかりやすく解説しています。

会社と仕事を変える
デザインのしかけ

クロスメディア・パブリッシング
中野 由仁 著

- このレターは、弊社のお客様、資料請求をいただいた方、お名刺交換させて頂いた方に送らせて頂いています。なお、ご不要の場合はご一報ください。次回からの郵送は中止致します。お願いとご注意
- このレターは著作権法で保護されています。許可なく複製及び転載することを禁止します。
- 本紙をご希望の方はお気軽にお申し出ください。