

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。

2012.04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、メガネ専門店「JINS」を運営している、ジェイアイエヌに関する記事です。パソコン画面から出るブルーライト(青色光)が目に入るのを抑制する「JINS PC」の拡販へ新卒の販促を始めた。田中仁社長は、「機能性メガネは今年が本当の意味での顧客創造元年」と意気込む。2月からは機能性メガネの卸売りにも参入した。パソコン用メガネをはじめ、花粉対策メガネ、目の乾燥を抑制するメガネといった機能性メガネを、専用サイトを通じて眼科などの医療機関やドラッグストアに売り込む。とのこと。

これまでメガネは、『近視、老眼など、見ることに何らかの障害がある場合にかかるもの』でした。だてメガネやサングラスなど、主にファッション目的で使うものはありましたが、それほど

多くの人がかかるわけではありません。やはり、「目」の問題を解決することがユーザーの一番の購入目的だったのです。それを同社は、『目が悪くない人もメガネをかけるのが普通の状態』にもっていかようとしているようです。

これらの施策がどの程度成功するかは分かりませんが、ビジネスにおいて需要を創造するとはどういうことか、とても参考になる事例だと思います。

私も1日中パソコンの前にいるメガネ男ですので、気になって静岡セノバのJINSをのぞいてみました。4,000円ぐらいで買えるならいいかなと思っていたのですが、このメガネ度がついていないもので、度をつけると+a円…。う〜んと悩んだ末、今回買うのは見送りました…。どなたか買った方おりましたら、ご感想等お聞かせください。

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

『桃太郎』

子どもの頃、「昔、昔、あるところにおじいさんとおばあさんが居ました。ある日、おじいさんは山に芝刈りに、おばあさんは川へ洗濯に行きました。すると川の上流から大きな大きな桃がどんぶらこどんぶらこと流れてきました……。』という物語を聞きながら自然と「おじいさん、おばあさんを大事にしよう。正義の心を持とう。」というメッセージを受け入れるようになりました。

子供の頃、困難に耐えながら夢を実現するアニメの主人公を応援しながら、目標に向かう努力の大切さを学びました。



➤ 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!!



でも、もし、親や先生に面と向かって「おじいさん、おばあさんを大事にしてください。正義の心を持ちなさい。努力しなさい。」と言われたら素直に受け入れることができただしょうか。実は、ここに人を説得するコツが隠されています。

人は「物語」が好きで、「物語」に集中しやすく、「物語」に共感しやすく、「物語」に説得されやすいのです。

だから、有名社長の創業当時の開発秘話や苦労話が本になり多くの人の共感を得るわけです。少し前に人気だったNHKのプロジェクトXもそうですね。開発秘話や苦労話の物語の中でその人の思いや、メッセージが発せられると、その人に好意を抱き、共感し、納得する人が増えます。

ということは、あなたも自分のことをサイトやブログのプロフィールページや、小冊子、営業資料で「物語」にすると、あなたに好意を抱き、共感する人が現れる可能性が高くなるわけです。サイト上に詳細な開発秘話を書いて置くのも良いですし、お店のテーブルの上に「創業苦労話」を置いておいても良いです。実際に私の近所の喫茶店には「創業苦労話」の小冊子が置いてありました。来店者に自分やスタッフの半生をA4にまとめて渡している美容室もあります。名刺の裏に簡単な半生を書いている人もいます。

人は会社概要といった「資料」では感動しないけれど、創業秘話のような「物語」には感動し、共感します。あなたも「自分の物語」を書いてみてはいかが？

key word 『天候と機嫌』

ウチの母は脳出血で倒れ、今は半身麻痺状態です。そのため自宅で介護中です。

母は周期的に機嫌が良くなったり、悪くなったりします。介護を始めて一年ほど経った時、ふと気がつきました。それは母の機嫌は「ある条件」に左右されがちであるということ。

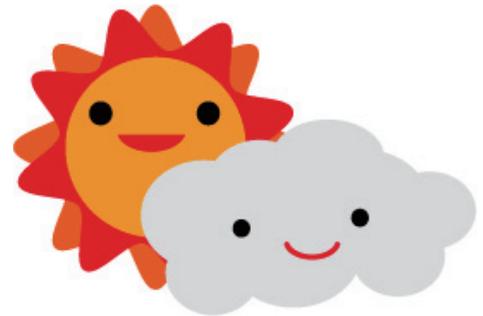
ある条件・・・それは天候です。

母の様子を観察していると雨や雪の日が続くと機嫌が悪くなったり、ふさぎ込んだり、泣いたりすることが多いことに気がついたのです。

反対に快晴で窓から日が差し込んでくるようなららかな日は機嫌が良い。

だから、天気が悪い日はなるべく、「手足を動かしたらどう？」とか「テーブルを拭いてね。」ということを行わないようにしています。天気の悪い日はそんなことを言っても「イヤだ!!」と言い、さらに機嫌が悪くなる事が多いからです。

実は心理学の実験でも晴れた日ほど人は頼みごとを受け入れやすいということが確かめられています。



相手に同じ依頼をする場合でも快晴の日と雨の日では承諾率が変わってくるのです。

人は多かれ少なかれ天候に大きな影響を受けます。ということは、お客さんに大切な話を切り出す時、相手に頼みごとをする時は窓の外を見たほうが良いですね。

もし、雨や強風で天候が悪いなら日を改めた方が良くかもしれません。可能であれば重要な商談やプレゼンや交渉のアポイントを入れる場合には、天気予報もチェックしたほうが良いでしょう。これからは冬場の寒さが和らぎ春の日差しと温かさに心が和む日が増えてきます。春は依頼、商談、頼みごとが「受け入れられやすい天候」が続く季節です。ぜひ、お仕事やご商売ではお客さんに積極的に提案、営業を行ないましょう。こんなちょっとした人間心理の理解が商売とビジネスにも役立ちます。

key
word

『子供が喜ぶアニメキャラ』

地元で人気のイタリアンレストランに入った時のこと。
休日だったせいか店内には子供連れの家族が目立ちました。

このお店は注文を受けてからピザを焼き始め、パスタをゆで始めます。
だから、料理が出てくるまで時間がかかります。普通、料理が出てくる
時間が長いと子供は飽きてきて騒ぎ始めますが、このお店は静かです。

その理由は「アニメキャラの塗り絵」です。スタッフがオーダーを取りながら、
テーブルに子どもたちのためにアニメキャラクターの線画が描かれた塗り絵
台紙を持ってきてくれるのです。(右の写真参照)



パスタとピザが出来上がるまで結構時間がかかりますが、子どもは塗り絵をしているのは飽きない。飽きないので騒がない。騒がないので他のお客さんも気にならない。だから親も安心！そのため子供連れが多くなる・・・そして、お店はテーブル単価が上がる、ということになります。子どもが喜ぶアニメキャラは大人もお店も喜ぶというわけです。これはいいアイデアですね。

将を射んと欲すればまず馬を射よ。

親を射んと欲すればまず子を射よ。

主人を射んと欲すればまず奥さんを射よ。

担当者を射んと欲すればまずその上司を射よ。

ビジネスや商売ではターゲットの明確化とともに、そのターゲットに影響を与える存在は誰なのかを意識する必要があります。ターゲットとターゲットに影響を与える存在の両者に満足してもらえることができ初めて、リピート・再来店が生まれるケースは多いものです。



仕事に役立つビジネスジョーク

『会社を休むわけにはいかない理由』

あるサラリーマンが具合が悪くなり病院に行きました。
診察したドクターが言います。
「よくこんなに悪くなるまで放っておきましたね。
明日も診察に来てください。」
「そんな！会社を休むわけにはいきません。」
「あなたがいないと会社が困るのはよく分かります。
でも、早く手を打たないとたいへんなことになりますよ。」

「いえ、私がいなくても会社が困らないということが判明すると困るんです。」



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。

『次の質問のうち正しく答えられるのはいくつですか？』

人はクイズとか質問が好きです。そのためネットの大手ポータルサイト・ヤフーのトップページにもこのようなクイズ・質問形式のキャッチコピーがよく掲出されています。

もちろん、大抵の場合、クイズに答えていくと最終的にはスポンサー企業の商品紹介ページにたどり着きます。しかし、最初から商品の広告が掲出されていたらきっとクリックする人の数は少ないはず。

文章は最初の1/4を読むと、最後まで読む確率が高くなると言われます。

だから、クイズや質問に答え始めた人の多くはスポンサーの商品ページまで読み進むことになります。

そして、最終ページまで読んだ人の中から購入者が生まれることになります。

『○○のあなたに朗報』

「腰痛のあなたに朗報。」

「来年、出産を控えているあなたに朗報。」

「5月に海外旅行を予定しているあなたに朗報。」

というキャッチコピーを目にしたら腰痛の人、出産を控えている人、海外旅行を計画している人は「おっ、なんだ!？」と思いますよね。読み手に「おっ!？」と思わせることができたならそのキャッチコピーは上手なコピーです。ターゲットが明確であれば、このように読み手に関心を抱いてもらうコピーの作成が容易になります。

つまり、良いコピー作成のためにはライティングテクニックよりもターゲティングの明確化の方が重要だということです。

●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

現地時間の3月26日の米株式市場で、米Appleの株価が終値ベースで606.98ドルをつけ、終値の史上最高値を更新したそうです。Appleはここ数年でもものすごいことになっています!それは米Appleの株式時価総額はwindowsPCで有名な米Dellの株式時価総額の19倍になったそうです。2006年1月13日の時の両社の株式時価総額はAppleが721億ドル、Dellが719億ドルとほぼ同額でしたが、現在の株式市場で両社の時価総額はAppleが5659億ドル、Dellが294億ドルとなり、この6年の間に19倍になったそうです。19倍・・・まさに世界No1PCメーカーになっています。絶好調のAppleですが、もちろんPCも売れているのですが、iPhoneとipadがものすごく売れているおかげでこの株価になっているのです。Mac好きの私としてはもっとMacが売れてくれるといいんですが・・・



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



初版1937年ですから、読んだ方も多いかもかもしれませんね。セールス、広告、POPの古典的な傑作

ホイラーの法則
—ステーキを売るなシズルを売れ!

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。