

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。

2013.1号

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

みなさんこんにちは、deepの深瀬です。2013年もよろしくお願ひ申し上げます。

今回は、2012年 世界の凄いプロモーションのご紹介。

◆ギネス・ビール、世界初の「QRコードグラス」でBuzzを誘発

黒ビールでおなじみのギネス。ビールを注いでグラスの表面に特殊なQRコードを描くという企画。こちらのQRコードはグラスが空の場合や、普通のビールでははっきりと表示されず読み取ることができません。“ギネスの黒ビールで”グラスを満たしたときにはじめてQRコードがはっきりと表れ、スマートフォンで読み取ることができるようになるという仕掛けです。

QRコードを読み取ると、このユニークな仕掛けについて、「Tweet」「Facebookで共有」「foursquareでチェックイン」「instagramで写真投稿」のいずれかを選択して実行するように促されます。ソーシャルメディアを通じて拡散することで、お得なクーポンをダウンロードできたり、クーポンを友達にプレゼントして、今いる

バーに招待することもできます。

思わず誰かに共有したくなるユニークなPRグッズ。楽しい仕掛けにより、体験した顧客を介してその友達・知人をバーに呼び寄せることにつながるという巧妙な手法です。



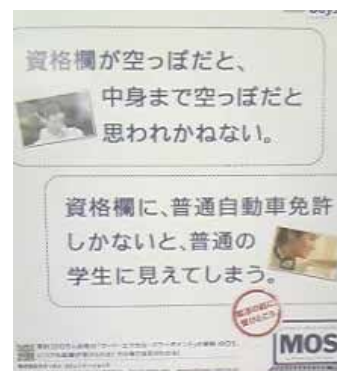
今年も元気に応援レターをお届けします!

## 集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

### key word 『出張先で見かけた商売繁盛ポスター』

わたしはよくショッピングモールやデパートを見て周り、POPやデザイン、陳列方法、販促ツール等をチェックします。前日もある町に出張に出かけた時に、打ち合わせまでまだ時間があったので近くのショッピングモールを散策していました。

写真はそのショッピングモール内のカルチャー教室の入り口に張られていたポスターです。  
コピーがいいと思いませんか?



➤ 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: 40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

『資格欄が空っぽだと、  
中身まで空っぽだと思われかねない。』

『資格欄に、普通自動車免許しかないと、  
普通の学生に見えてしまう。』

・・・だから、当カルチャースクールで資格を取って  
おきましょうね！  
という訴求方法です。

ターゲットはもちろん就活を控えた学生さんです。  
ターゲットが明確で、ターゲットの悩みをよく理解し  
ています。

少しだけ読み手に不安を与える心理学のフィア・ア  
ピール的な要素を入れながら、「空っぽ」や「普通」

という言葉を上手に使って、ターゲットに  
「そうだな。資格欄に自動車免許しか書けないと採用さ  
れないよなあ・・・。」  
と思わせることができます。

単に  
『資格を取ろう！』  
なんていう表現方法よりよほど訴求力があります。  
やはり、街中には広告や  
販促のお手本、アイデア  
がたくさんありますね。



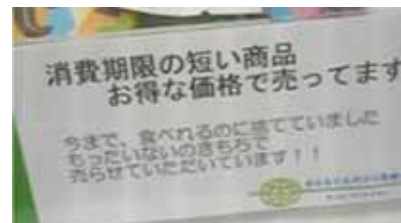
## key word 『人が動くための理由』

人はなかなか行動しない生き物ですが、人を行動に導くための方法論はいくつかあります。その1つが「理由」の存在です。人は「理由」があると動きやすい。

例えば、友だちがあなたにこう言ったとします。「週末に市内まで行って工具を買ってきて！」  
週末にドライブ行こうと思っていたあなたは、「週末は予定があるんだ。」と答えるかもしれません。

それでは友だちが次のように言ったとしたらどうでしょう。  
「足をくじいてしまったようで痛いんだけど、週末に市内まで行って工具を買ってきて！」  
これなら週末に友だちの代わりに買い物に行く人がいるはずですよ。  
心理学実験でも人は「理由」があると動きやすくなるということが証明されています。

だから、安さやお得感を出す場合にも「安い」「お得」だけではなく、理由も必ずつけましょう。  
写真はお店で見つけた「理由」です。



「消費期限の短い商品 お得な価格で売っています。  
今まで、食べられるのに捨てていました。  
もったいないのきもちで売らせていただきます。」

「訳があるから安いんです！ 突きこんにゃく  
通常5cmでカットされる突きこんにゃくが機械の  
調整不良のため、長さにバラツキが出てしまいま  
した。ただし、味はそのままこの価格！」

理由の有無が人を動かしやすくします。商売人は人の心の理解が不可欠ですね。

key  
word

## 『おいそうなお酒とワイン』

上の写真はある東北の都市の駅前にあるお酒の販売店でつけたPOPです。

地酒コーナーのPOPコピーにはこう書かれていました。

『車窓の風景を眺めながら、地元の酒をちびりちびりと飲んで、電車の旅を楽しみたい人。お酒を買った時に小さなコップをプレゼントしますので遠慮なく申し付けてくださいね!』



電車に乗って次の目的地に向かう観光客の気持ちをよく理解して作られたPOPです。

そして、下の写真はワインコーナー。ここには地元で製造されたワインがたくさん並んでいましたが、私はこの写真のワインをお土産に買いました。たくさんの種類が並ぶ中でどうして私はこのワインを買ったのでしょうか？



写真ではちょっと見づらいですがPOPに

『国産ワインコンクール銅賞入賞』と書かれていたからです。

地元のワインがたくさん並んでいますが、いったいどれがおいしいのか私には分からない。だって、初めて買うのだから味は分かりませんもの。人は初めて目にする商品は「おいしいから買う」のではなく、「おいしいと思うから買う」のです。

『国産ワインコンクール銅賞入賞』というコピーが私に「おいしいと思わせた」わけです。

このように商品を受賞歴や専門家の推薦といった言葉でコピーを補完すると、「おいしいと思ってもらえる可能性」が上がります。(心理学では権威効果と言います。)

チョット

break



『最後通牒! ?』

仕事に役立つビジネスジョーク

ついに堪忍袋の緒が切れた妻が夫に最後通牒をつきつけた。  
「もう、今度という今度は本当に頭にきた。  
あなた!これが最後ですからね。  
わたし、今度こそ離婚します。」

妻の言葉を聞いた夫は冷たく笑い返した。  
「その気もないくせに。  
またオレを喜ばせようとする。」





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。

### 『ちょっとした〇〇が大きな財産を生む』

コピーの前半と後半でギャップを使ったキャッチコピーです。「ちょっとした(=小さい)」ことが、「大きな」結果をもたらす、というようにコピーの前半と後半でギャップを使うと興味を引くコピーが作成できます。

「たった1分のこんな習慣が、人生を大きく変える」  
「わずか30分の早起きが、大きな成功を呼び込む」  
「ちょっとしたこんなクセが、あなたの印象を最悪にしまうのです。」  
「毎日のほんの少しの時間の投資が大きな財産を生みます。」

といった使い方です。

また「ちょっとした」「たった」「こんな」「ほんの」といった曖昧(あいまい)な表現も読み手の好奇心を刺激します。

キャッチコピーを具体的にしすぎると読み手は「どうせ、こんなことが書いてあるのだろう」と本文の内容を推測してしまい、コピーを最後まで読んでもらえなくなります。

しかし、曖昧な言葉を使用すると、キャッチコピーからは本文が推測できないので、興味を持った読み手は本文を読まざるを得なくなります。



●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

なぜか毎年、年末になると我社のPCの調子が悪くなります。1年間仕事のために一生懸命動いてくれたかわりに、1年の最後の12月に立て続けに故障やOSの不調等、いきなりご機嫌ななめになります。6年前の結婚を機に社名をdeepに変え、その当時に購入したPC等まだ現役で活躍してくれています。6年もすれば十分元は取れているのですが・・・まだ使えるし、ソフト入れなおす等かなりの時間と手間のかかるので、ダマシ×2使っています。しかし、と～ぜん新しもの好きな私は新機種がほしいわけで(笑)新型iMacは、薄型でFusion Driveなど魅力的な機能が盛り沢山。実際に触ってみないとわかりませんが、購入したくてウズ×2しています。今年にはフルモデルチェンジMacProが出ると言われています!iPad miniもほしいし、MacBook Proもほしいし・・・クリスマスはどうに過ぎていきましたが、私のところにも遅くていいのでサンタさんきてくれないかな～  
本年もよろしく  
お願い申し上げます。



## 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



チームで仕事をする人、  
サービス業の人におすすめ。

ディズニーと三越で学んできた  
日本人にしかできない  
「気づかい」の習慣

クロスメディア・パブリッシング(インプレス)  
上田 比呂志著

- 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。