

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。

2013.2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。
今回は、「売りたいとき」に売上げを上げる方法を考えます。
例えば、あなたの旧友から久しぶりに電話がかかってきて、飲み
に誘われたとします。
久しぶりの再会だから、期待感も高まります。店では昔話に花が
咲き、大満足の日となりました。
…しかし、帰り際、「実は今度、選挙に出ることになったんだよ
ね」と打ち明けられたとしたら、どうでしょう?
「結局、選挙のために電話をかけてきたのか…」と、残念な気持
ちになるのではないのでしょうか?
しかし、以前から定期的に連絡を取り合っている知人から、「今
度、選挙に出ることになったんだ」と打ち明けられたら、どうで
しょう?
全力で応援するのではないのでしょうか?

これ… 店とお客の関係でも同じです。
売りたいときだけ連絡(DMなど)するから、売れないので
す。
一方、売れている店は、定期的な接触活動を怠りません。常
に、ニュースレターを送ったり、メールを送ったり、電話をし
たり。そんな「定期接触という基盤」の上に、時々「売り込み」
をするのです。
「実は今度、開店5周年記念キャンペーンをすることになり
ました。是非〇〇さんにもお越しいただきたいから、案内メ
ールを送っておきますね」というふうには。
もう断る理由なんてありません。だから、売れるのです。
「売りたいとき」に売上げを上げる方法は、実は「売りたいとき
以外」に、どれだけ接触活動(という努力)を行なっている
か、なんですね。
さて、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 『ラベリング』

「こんなに丁寧な資料を用意して下さるとは、
あなたはとても几帳面な方ですね。」
と、言われると悪い気はしない。
そう言われるとその人の前では几帳面であろうと思ってしまう。
「あなたは太っ腹ですねえ。」
と、言われると悪い気はしない。
だから、その人の前では太っ腹なところを見せようと思う。
・・・あなたにもこんなことはありませんか?



➤ 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

人は相手から
「〇〇な方ですね。」

とプラス的な性格を指摘されると、そのような自分であろう、とする気持ちが働きます。これを心理学ではラベリングと言います。

こういった人間の心理をよく理解している人はスタッフに向かって

「佐藤さんは本当にキレイ好きだね。今時、珍しい若者だ。佐藤さんが来てくれてからお店の中が明るくなったよ。ありがとう。これからもよろしくね。」などと声をかけることができます。

商談の席でも

「御社のように社員のスキルアップに真剣に取り組む会社はなかなかありません。」

とラベリングをかけてから、社員研修の提案を行ったり、

「保守的なこの業界で御社のように進取の気性に富んだ会社はめずらしいです。」

と話してから斬新な企画やデザインを提案をすると、相手に受け入れられやすくなるわけです。

人の心理を理解していると相手と良好なコミュニケーションを取ることができます。



key word 『共感で仕事を成功に導く』

母が脳出血で倒れ、今は自宅で介護していますが、術後、母はふさがちになり、食欲もなくなる時があります。自宅介護を始めた当初は母がふさぎ込むと何とか元氣を出してもらおうと思い、励ましていました。

でも、なぜか励ませば励ますほど意固地になってふさぎ込むような気がしていました。

ある時、母を励ますのを止め、母と共感するようになりました。

つまり、母が悲しそうな時には

「悲しいんだね。そうか、悲しいんだ・・・。」

と声を掛け、イライラしている時には

「何か嫌なことがあったんだね。イライラするよね。」

と一緒に共感していることを口にするようにしました。

すると、不思議と母のふさぎ込む時間やイライラする時間が短くなったように思えました。

そういえば、カウンセラーは相談者（患者）と同じ気持ちで相手に共感することが一番厳しく訓練されると聞いたことがあります。

相手と気持ちと感情を一致させ、時には相手以上にそ



の感情を表現することにより相談者はクライアントを全面的に信頼するようになるのだそうです。人は自分の気持ちや感情を相手に分かってもらえると、そのお返しとして相手に好意を持つようになります。好意の返報性です。

交渉事や部下の指導でも相手の気持ち、感情を無視して自分の考えと感情を一方向的にぶつけるよりもまずは共感を示してから、こちらの考えを伝えた方が、相手との間に生まれる信頼関係も強くなるものです。急がば回れ・・・自分の考え、感情を相手に理解してもらうにはまずはこちらが相手の考え、感情に共感することが大切なのです。

key
word

『17秒だけ読んでください』

あなたは通りを歩いているときに見知らぬ人に
「アンケートにご協力ください！」
と言われたことはありませんか。

大抵の場合、これで足を止めてアンケートに協力する人はほとんどいません。
でも、もし掛け声が次のようなものだったらどうでしょう。
「17秒だけお時間下さいませんか？」



単に「アンケートにご協力ください！」と呼びかけるよりは相手の興味を惹いたり、「おやっ」と思わせたり、「何故、17秒なんだろう？」と思う人の割合は増えるはずです。

相手の気持ちの中に「おやっ？」と思わせる言葉や問いかけ、身振り等を利用して相手の関心を引く事をピーク・テクニックといいます。ピークは「好奇心をそそる」という意味です。
通常の会話では通り過ぎてしまう何気ない会話でも、少しだけ時間や単位、イントネーション、身振り、量を「ズラす」と相手の印象に残ります。

待ち合わせでも「じゃあ1時に駅前です！」というより「じゃあ12時57分には駅前です！」と言ったほうが相手の印象に残ります。

そのため、広告でも

「たった28分で理解できる！」
「歩いてほんの18分7秒ジャスト」
「29歳と3ヶ月までOK」

といった表現で、相手に「おやっ!？」という気持ちを起こさせるようにしましょう。

セールストークも広告もまずは相手に関心をもたせて、その後で説明と説得を行うようにします。

チョット

break



『インサイダー取引! ?』

仕事に役立つビジネスジョーク

「結婚したいって言われても…。
あなたと知り合ってまだ一週間めよ。」

食事中にいきなりプロポーズされた直美は驚いた。

そんな直美に向かって、銀行勤めの哲也はこう言った。

「一週間の短さの何が問題だって言うんだい？
君とは会って一週間だけど、ぼくは君のお父さんの口座を
扱うようになってからもう三年にもなるんだぜ。」



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。

『2つ以上で1玉オマケ!』

人の心理とは不思議なもので
「3つで〇〇円引き お買い得」
という表現より、
「2つ買うと1つ無料」とか「2個買うと1個オマケ」
といった表現の方が購買率が上がると言われています。

人は20%引きとか30%オフと言われても計算するのが面倒なので、あまりピン!ときませんが「1個オマケ」と言われると「得だ」ということがすぐに分かるので印象に残りやすいのかもしれない。



『お茶の生産 日本一を誇る〇〇』

このコピーはチラシで見かけたのですが「日本一を誇る」という部分が大きく書かれていました。上手に「日本一」という言葉を利用していますね。パッと目にした瞬間には、その会社に何か日本一の商品があるのかと思っていましたが、よく読むと「お茶の生産日本一の生産を誇る県の商品」と書かれていることが分かりました。

具体的に言うと「日本一のこしひかりを育てた水」という書き方です。パッと見ると「日本一」に目が行きますが、「日本一」はこしひかりを修飾する言葉です。商品は「水」です。つまり、「日本一」と「水」は直接の関係がないのです。でも、「日本一のこしひかりを育てた水」と書かれていると美味しそうでしょ。

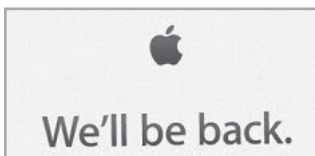
●本記事は契約のうえ、ビジネス本、メルマガ作家・講演者の酒井とし夫さんが寄稿しています。

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

正月明けからひさびさに風邪をひいてしまい、1月末になっても完治しておりません。1ヶ月もの間、こんなに風邪を引きずったことはありませんでした。それだけ歳をとったせいもあるかな、元々体は丈夫な方ではないので、普段から気をつけないといけないのですが、なかなかうまくいきませんね。

最近気になるニュースがあります。私の好きなAppleのタブレットやスマホの人気時代が、そろそろ終焉を迎えつつあるようなニュースが連日流れています。株価も700ドルから440ドルになってしまい、市場もかなり厳しい状態です。日本では売っていますが世界的にはかなり数が落ちてきている感じがします。もともとがバカ売れすぎて今の状態が普通なのかもしれません。ジョブスが亡くなったことも大きく影響していると思います。アップル信者の私としては寂しいですが今後の巻き返しに期待したいとおもいます!



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



今後の企業経営のあり方を示唆してくれる一冊

知識デザイン企業

日本経済新聞出版社
紺野 登 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を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。