

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。

2013.8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、ビルの2階に位置する飲食店の感動施策ある飲食店は、ビルの2階に位置しています。

これを利用して、同店では「印象的なお見送り」を実施しています。

まず、お客が退店する際、スタッフがエレベーターまでお見送りをします。そして、エレベーターのドアが閉まると同時に、スタッフは全力で階段を駆け下り、お客が到着する前にエレベーター前で待機します。

お客は驚き、そこで再び軽い会話をし、もう一度お見送り

をします。

この施策を導入して以降、リピート率が上がったそうです。

「2階」という場所は、一般的に考えると「不利な立地」といえますが、

この店ではこのマイナス要素を「ファン客化」に利用しているのです。

工夫をすれば、商売はいくらでもうまくいくものです。

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 『おいしく!冷えてます』

『おいしく!冷えてます』・・・これはある地方都市の駅のKIOSKのアイスクリームケースに書かれていたキャッチコピーです。ケースはアイス冷やすための箱ですから、ケースには何も書かなくても良いわけです。

あるいは単に「冷えてます。」とか「冷たいアイスクリーム」でも良いわけです。でも、わざわざ

「おいしく!冷えてます。」

と書くとおいしそうに感じる人がでてくる。(私もそうでしたが)



➤ 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

生ビールなら単に「冷えてます！」よりも  
「生ビール キンキンに冷えてます！」  
の方が注文数は増える。

同じように看板に「営業中」と掲げても良いけれど  
「毎日、元気に営業中」  
「味にとことんこだわって営業中」  
「街一番の笑顔で営業中」  
でも良いわけです。

開店前に掲げるものは「準備中」でも良いけれど  
「お客様に喜んで頂くために一生懸命仕込み中」  
「美味しいとんこつを抽出中」  
「お客様の笑顔のために只今準備中」  
でも良いわけです。

たった一言だけど、その一言がお客様の心をぐっと  
つかむ。新規のお客様は美味しいから買うわけでは  
ありません。クオリティが高いから買うわけではあり  
ません。

「美味しそうと思う」から買いたくなるのです。「クオ  
リティが高そうだと感じる」から欲しくなるわけです。  
そしてそれを説明するのはたった一言でも十分伝わる  
ときがあります。



## key word 『ラッキーセブン』

数日前にお店で買い物をしたら  
「777円になります。」  
と言われました。  
私は単純なので  
「お～、ラッキー7だ！」  
と喜びました。

運転をしても写真のようなナンバープレートを見  
かけると、  
「なんて、オレはツイてるんだ！」  
とニヤニヤします。

私と同様にラッキーセブン＝ラッキーだと感じる人は  
多いはず。  
それならばあなたの商品やサービスをラッキーセブン  
にしたらどうでしょうか。  
価格が消費税込で777円に設定したらお客さんは  
「ラッキー！」と思わないでしょうか。  
あるいはお釣りが777円になるような価格にしたら  
どうでしょう。  
もし、あなたがおい釣りを渡す時に  
「777円のお釣りです。すごい！いいことがありますぞ  
ですね！」



と言ったら、お客さんは喜ばないでしょうか。もし  
かしたらあなたの会社やお店は“縁起のいい場所”  
というイメージがインプットされるかもしれませ  
ん。

心理学にはハロー効果という理論があります。ある  
一つの特徴が他の特徴にまで影響を及ぼすというも  
のですが、たとえば「いつも良い情報を持ってきて  
くれる人」には「この人は性格がいいな」とか「仕  
事ができそうだ」とか他の面でも良い印象を持つよ  
うになります。そのため、もし、あなたの会社やお  
店が“縁起のいい場所”として記憶されると、ハロー  
効果が動きだしあなたの商品やサービス全体にも大  
きな影響を与えることになります。

key  
word

## 『タイアップ』

質問です。右上の写真は足裏マッサージ店のチラシと割引券です。  
このチラシと割引券はどこ店頭で見つけたものでしょうか？  
(もちろん、足裏マッサージ店さんの店頭ではないですよ)

このチラシは靴修理店の店頭には置かれていました。  
「靴の修理をしている間に足のマッサージはいかがですか？  
このチケットを持参すると割引しますよ。」  
ということです。靴修理店で靴を脱ぎ、スリッパに履き替えている  
わけですからそのまま隣接する足裏マッサージ店に入ればすぐに  
マッサージしてもらえするというわけです。

では、次の質問です。  
下の写真はエステの看板です。さて、どこ店頭で見つけたものでしょうか？  
…これは旅行会社の店頭で見つけたものです。

同じビルにエステと旅行代理店が入っているのです。  
夏にかけて旅行会社の店頭には南国ハワイや沖縄のツアーのチラシとカタログと  
ポスターがバンバンと掲出されます。  
当然、若い女性の申し込み客も多いはずですよ。  
その旅行カウンターのすぐ近くにエステのチラシや看板が  
あったら効果的だと思いませんか？だって、絶対にこう思うでしょ。  
「ビーチで水着を着るまでに少し痩せなくっちゃ！」

ターゲットが同じであれば、異業種のお店や会社と簡単にタイアップできますね。



チョット

break



『耳鳴り』

ハワイ行の飛行機に乗ったおばあさんは、初めての  
飛行機旅行を体験していた。

離陸して数分後、おばあさんがフライトアテンダントに  
耳鳴りを訴えると、フライトアテンダントは  
おばあさんに微笑み、チューインガムを何枚か渡した。

ハワイに到着後、おばあさんはフライトアテンダントに御礼を言った。  
「ありがとう。チューインガムがよく効いたわ。  
でもどうやって耳から取り出すのか教えてちょうだい。」

仕事に役立つビジネスジョーク



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。

### 『○○の人は読まないでください。』

人の気持ちはあまのじゃく。  
行かないで下さい、と言われると行きたくなる。  
見ないで下さい、と言われると見たくなる。  
聞かないで下さい、と言われると聞きたくなる。  
押さないで下さい、と言われると押したくなる。  
開けないで下さい、と言われると開けたくなる。  
触らないで下さい、と言われると触りたくなる。  
何故でしょうね。



だから、キャッチコピーも

- 「真剣に英会話が上達したい人以外は読まないでください。」
- 「2、3kg程度のダイエットで満足する人は読まないでください。」
- 「一生、アパート暮らしで良いと思う30代の人は読まないでください。」
- 「娘から嫌われてもかまわないと思っているお父さんは読まないでください。」
- 「家のローンを安くしたいと思わない方は読まないでください。」
- 「老後の生活費を守りたいと考えていない方は読まないでください。」
- 「俺は病気にならない！と思っている方は読まないでください。」
- 「エージシュートスコアを出したいと真剣に思っている方以外は読まないでください。」

・・・と言われるとかえって気になるので、読んでしまう人が増えます。

●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

無料通話・メールアプリ「LINE(ライン)」の勢いが増している。今現在、登録ユーザー数が2億人を突破したおぼけアプリを皆さんは御存知だろうか？最近話題に上がったのは、7月中旬に発覚した広島県の16歳少女遺体遺棄事件。容疑者がLINEでメッセージをやり取りしたことが大きく報じられた。ニュースを見て、その書き込んだ内容にびっくりし、今の若者は簡単に事件の内容をLINEに書込む等、おじさんには理解しがたくびっくりするばかりです。アプリを入れるだけでメールも通話も無料(パケ代に含む)使い放題以外にキャラやゲーム等、多くの理由で人気を得ているわけだが……私、実は使って無いんです！ほとんどメールをする相手が身内だったり仕事相手になるので、LINEを使うライトユーザーのとのつながりが無いんです。たまにLINEの質問等受けるんですがまったくわからないwまったくモバイラー失格です。今後株式上場当すればますます注目を浴びるLINE。目が話せませんね！



### 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



キーワードは「過剰結合」  
インターネットを生業とするなら  
必読です。

つながりすぎた世界

ダイヤモンド社  
ウィリアム・H・ダビドウ(著)、  
酒井 泰介(翻訳)

- 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。