

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。

2013.10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、売上げを上げる簡単な方法をご紹介します

↓このような経験はありませんか?

通勤や通学などで、いつも通っている道。ある日、その道の途中で建物工事が始まっていました。

その様子を見たあなたは、

「そういえば、ここ、以前は何があったっけ?」

と感じたことはありませんか?

その場所が「いつも利用する店」や「目的地」でない場合、人はほとんど覚えていません。通勤や通学で毎日通っている道であるにも関わらず、意識していない場所はほとんど覚えていないのです。だから、あなたの店周辺にもっと

もっと告知活動を行なってください。

10年以上経営している店でも、「こんなところに飲食店があったんだ!」と感じる住民は少なくありません。つまり、あなたの店は、あなたが思っているほど知られていない、ということ。

だから、店周辺に徹底的に告知活動を行なってください。1~2回の告知では認識してくれません。何度も何度も定期的に行なってください。簡単な施策ですが、これだけで売上げアップの可能性はグンと高まりますよ。

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

### 『突然のご指名』

あなたは出席した披露宴や友達のパーティ、ちょっとした会合で「挨拶をしてよ」と言われてマイクを渡された経験がありませんか? 私は人が集まる会合に参加するときは突然指名されてもいいように簡単な話をその会合中に考えています。コツは「話に自分の経験をからめる」ことです。



例えば、目上の方の誕生パーティに招かれたらまず「自分の誕生日のこと」について考えます。そして「〇〇先生、今日はお誕生日おめでとうございます。実は私の誕生日も来月なのですが、いつも私は自分の誕生日にその年の目標を立てます。今度の誕生日はどんな目標を立てようかと思案していたのですが、今日、このパーティにお招き頂いたおかげで今年の私の誕生日の目標が決まりました。

➤ 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: 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

それは、来年の自分の誕生日には今日の先生のように大勢の人に祝ってもらえるように、人のために役立つ仕事をたくさん実行する一年にしようということですよ。いつも多くの気づきを与えて頂きありがとうございます。益々、お元気で活躍ください。」と、いった話をします。

また、結婚式で指名されたら「自分の結婚」のことに考えてみます。例えば私の家内はいわゆる天然ボケですが、そのおかげで家庭内がほんわかします。だから、「私も結婚して20年が経ちますが毎日家内と仲良く生活しています。それは家内の天然ボケのおかげです。先日もみゃーみゃーとエサをせがむ家の猫に向かって、家内がピシッとこう言い放ちました。

『あ〜、もう、うるさい！！働くもの、食うべからず！！』私は『おいおい、それを言うなら働かざるもの、だろ・・・』と、思わず突っ込みを入れたくなりました。

きっと、こういう家内だから、私も家ではのんびりとリラックスして過ごせているのだと思います。新婦の〇〇さんも、新郎の〇〇くんが家でリラックスできるような雰囲気を作ってあげてくださいね。」と、いった感じです。

人が一番よく知っているのは「自分のこと」です。だから、どんな場所でも突然の指名を受けたら、その会場の主旨やテーマと自分のことを絡めたスピーチを考えると、短時間で即興の話を構築することができます。

## key word 『ラッキー！ツイてる！』

やった〜！！ラッキー！！ツイてる！！  
右の写真は運転席から撮ったもの。

ラッキーでしょ。まあ、単純といえば単純です。でも、やっぱりなんだかウレシイじゃないですか。『7777』なんて。

私が「ラッキーと思う」という事は、他にもそう感じる人が多くいるはずですね。

そして、人はアンラッキーなお店や会社よりも、ラッキーでツイている所に行きたいと思っています。あなただってラッキーでツイている人の近くに行きたいでしょ。だから、あなたの会社やお店自身でラッキーを作ればいいんです。価格が777円のランチでもいいでしょう。7万7777円でコーディネートした洋服をディスプレイしてもいい。レジのレシートに大吉と印字してもいい。西に黄色をデザインしたラッキーリフォームでもいい。車を買うと安全運転祈願のお守りをプレゼントしてもいい。学習塾の生徒さんには入校時に太宰府天満宮のお守りをあげてもいい。レジで「今日一日良いことがありますように！」と言いながら5円のつり銭を渡してもいい。会社の入り口の恵比寿様脇に「鯛を触って願いを唱えるとご利益がありますよ！」とメッセージを書いておいてもいい。お店で出すお茶には必ず茶柱を入れてもいい。四葉の



クローバーをそっとプレゼントしてもいい。フクロウが描かれたメッセージカードに「不苦労といわれて縁起のよい鳥です。」と書いて渡してもいい。

斉藤一人さんは「ツイてる、ありがとう、うれしい、楽しい、幸せ、感謝します、許します、を1日49回以上言いなさい」と言っています。

運もラッキーも幸せもどれも待っていてもやってくるかもしれないけど、自分から作り出した方がいいでしょ。人（お客さん）はラッキーでツイてる会社やお店が好きなんです。小さな会社やお店は大手とは違います。大手ができない、やらない、こんなちょっとしたことが差別化につながります。

key  
word

## 『心を通わせる簡単な方法』

先輩から電話があった。  
「どうも!!!お久しぶりぶり!!!です。」  
とハイテンションで電話にでる私。

お客様から電話があった。  
「はい、こんにちは。酒井です。」  
とややトーンを落として電話にでる私。



親交のある社長さんから電話があった。「ども、ども…(ボソボソ…)」と小声で電話にでる私。

私は相手の声のペースに合わせて話を聞き、相手のペースに合わせて受け答えをして、その後、徐々にいつもの自分のペースに戻します。相手がハイテンションなら自分もハイテンションで相手の興奮に合わせる。相手が低い声ならこちらも低い声に合わせる。これによって相手との間に心理的な架け橋ができます。これを心理学ではペーシングと言います。

以前、クレーム処理のプロと言われる方の話を聞いたことがあります。その方も同様のことをおっしゃっていました。お客さんが興奮して怒っている時には、こちらも興奮してた声で

**「それはそれは本当に本当にすみませんでしたああ!!!!」**

とまずは相手のペースに合わせて話を聞き、徐々にトーンを押さえ冷静な話に誘導するというのです。

お客さんと接する時も相手と心理的な架け橋を築こうと思うなら、まず相手のトーンの状態に合わせてと上手くいきます。しばらくペースを合わせると相手が「この人とは波長が合う」と思うようになるのです。そして、無意識にあなたに好意を抱くようになります。

チョット

break



『天使の声』

仕事に役立つビジネスジョーク

通りを歩いていると、突然「止まれ」と声がした。  
びっくりして男が立ち止まると、目の前に大きな石が落ちてきた。  
少し行くと、また「止まれ」と声がした。止まると暴走した車が目の前を通り過ぎた。

男は天を見上げて言った。  
「あなたはどなた様ですか？」  
「お前を守る天使だ」  
と声が答えた。すると男が言った。  
「なんで私の結婚式の時に黙っていたのですか…。」



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。

### 『プロの評価で第一位に選ばれました。』

某大手新聞の記事にも書かれていましたが、人は「第一位」という言葉に強く影響を受けます。

そのため、あなたの会社やお店でも第一位として表記できるものがあれば、それは広告や店内POP、会社案内等でどんどん露出すべきです。

そして、「第一位」自体は「日本一」である必要はありません。

小さなコンテストの優勝経験でも、地域の中で一番の品揃えでも、社員数でも、社歴でも良いのです。

冒頭のコピーも「プロに選ばれた第一位」というだけです。

あなたの街の100人アンケート調査で「好感度第一位のお店」であっても良いのです。

あなたの街の大工さん100人の評価で「第一位に選ばれた工務店」でも良いのです。

新作映画の予告で「興行収入第一位！」とPRされていることがありますが、よく見ると

「(封切り後、24時間での米国内でのデータ)」等と書かれていることがあります。

このように限られた条件、期間、エリアを区切るとたいいてい会社やお店でも第一位を見つけ出すことができます。これを限定条件下の事実と言います。

このような第一位を見つけてそれを訴求すると効果的なコピーが作成できるわけです。

さて、あなたの会社やお店の第一位は何でしょう？



●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

ついに発売されましたねiPhone5cと5s!先日20日から発売を開始した「iPhone 5s」「iPhone 5c」両端末を、初動三日で900万台売り上げた発表もあり順調なようです。1000万台も目前です!今回のiPhone騒動、日本でのサプライズといえば、日本最大のキャリアのドコモからの発売です!少々発売前はiPhoneのことをさんざん批判してきた同社ですが、結局iPhoneに頼らざるをえない、なんとも情けないドコモです!少し前にトップ的な販売戦略をとっていましたが、結果それほど効果はなく、iPhoneに流れる図式は変えられず…まったくアフォーなところは昔と変わりません。それはさておき、Apple大好きな私ですが今回の購入は先送りです。いまはau-iPhone5とdocomo-galaxy2の二台持ちですが、次回iPhone6が出ると思われるので、その時に機種を1台にまとめて長年の2台持ちから開放される予定ですw iPhoneを使うために結局3社をまたいでくる形になりますね…現在のauのiPhoneの通信回線は最悪だし、安定しているのはソフトバンクでしょうか?docomoは相変わらずのパケ詰まりが発生するのでしょぼさは昔から変わりません。3社どれも短所長所ありますが、iPhoneを自分の使用するキャリアで選べるようになったのは本当にうれしいですね^^



## 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



しぶとく実践する人こそが、  
しぶとく生き残る

3万人の社長に学んだ  
「しぶとい人」の行動法則

日本実業出版社  
上野 光夫 (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。