

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。

2014.03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、販促アイデア大全集 消費者が反応するものは…?をご紹介します。
ある家電店の話です。
その店では、油を使わずに調理できる調理家電を販売していたのですが、あまり売れなかったそうです。
それでも、この商品に惚れ込んでいた店主は、商品まわりにPOPを付けたり、店周辺にチラシを配布するなど、努力を重ねました。
しかし、それでも売れません。
あきらめかけていた矢先に、女性スタッフからある提案が。

「店内で実際に調理をして、デモンストレーションしてみたらどうですか?」

早速、調理デモを行なったところ、これまでの苦勞が嘘のように、どんどん売れ始めたそうです。

消費者は商品そのものが欲しいわけではありません。商品あくまで道具であり、消費者は、商品を使って得られる「結果」が欲しいのです。

だから、「結果」を見せれば反応するんですね。

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

『ひと言多い印象に残る人』

商談が終わって

「よいお返事をお待ちしています。」
とフツーは言いますね。

ここにもうひと言付け加えて

「よいお返事をお待ちしています。期待していますので。」
という相手の印象に深く残ります。



➤ 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: 41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!!



献血を呼びかけるときに

「ぜひご協力お願いします。」

と言う場合と

「ぜひご協力お願いします。期待していますので。」

とひと言を付け加えると献血する人の割合が20%増えたという実験もあるのです。

私もできるだけ通常のあいさつであってもひと言を付け加えるようにしています。例えば、

「はじめまして、酒井とし夫です。」

という時も

「はじめまして、新潟の酒井とし夫です。今日は精一杯やらせて頂きます。」

とひと言を加えるようにします。

「今日はありがとうございます。」

という時も

「今日はお招きを頂きありがとうございます。佐藤さんにお会いするのを楽しみにして来ました。」

とひと言を加えるようにします。

世の中は普通の挨拶だけの人が多いので、わずかひと言でも付け加えると相手の印象に残ります。

さらに

「今日はお声がけを頂きありがとうございます。佐藤さんにお会いするのを楽しみにして来ました。」

とひと言を加えて、握手をします。すると、さらに相手の印象に残りやすくなります。あなたもご存知のとおり弱者の戦略の基本は差別化です。こんなひと言でも十分に他の人と差別化できます。

key word 『ラベリングで交渉』

人は他者に言われた通りの行動をするようになる場合があります。

例えば相手から

「あなたは本当に面倒見が良い人ですね。」

「気前が良いですね。」

と言われると、人はついそのように振る舞おうとしがちです。

「あなたは良い人ですね。」

と言われると、つい良い人を演じざるを得なくなることがあります。

これを意図的に利用することをソーシャル・ラベリング・テクニックと言います。

交渉の席で

「いろいろお話をさせていただいて本当にあなたが真剣に導入を検討されていると分かりました。私はあなたのような真剣な人とお会いできてとても嬉しいです。たいていは冷やかしのお客さんが多いのですが、今日は本当にうれしいです。」

と言われると相手は「自分は商品購入を真剣に考えている人」であると感じ始め、実際に商品の購入を前向

きに考え始める人が現れます。

また、セールストークの中で

「あなたは自分への投資を怠らない方ですね。」

「あなたのご両親思いですね。」

とまず相手に「枠」をはめてから、自己啓発教材を勧めたり、「大切にご両親へこちらをプレゼントされてはいかがですか？」と健康マッサージ器をセールスすると交渉がスムーズに進みます。

セールスの前に一旦相手を「枠」にはめて、相手にそのことを「認識」させてから、商品の説明をするわけです。お試しあれ！



key
word

『良好なコミュニケーション』

私は講演依頼があると、担当者とは講演開始までに5回以上接触をするようにしています。具体的には事前の打ち合わせのためにPCメールを何度かやりとりして、必要であれば電話をしてさらに手紙やハガキを送ることもあります。講演当日には出発前や移動中に携帯からメールを送ります。このようにして5回以上「接触」するようにしています。



実は用件は「〇月〇日〇時に〇〇に伺います。ご用意頂きたいものは〇〇と〇〇です。それではよろしくお願いたします。」と1回のメールや電話で済みます。でも、心理学の熟知性の原則(=目にする、触れる、会う回数が多いものに好感を持つ)を活かしたいので、わざわざ5回以上「接触」します。

そして、当日、担当者と実際に会って挨拶をしてからはお互いの共通項を探します。類似性の法則(=趣味や考え、境遇の似たものは親しくなる)を活かしたいからです。

また、講演の開演前には会場で前の方に座っている方に個別に挨拶をします。これは近接の原則(=場所の近い者は親しくなりやすい)を活かしたいからです。

そして、開演開始直後には「今日は快晴ですね?」「火曜日ですね?」「あっと言う間に2月も末となりましたね?」といった話を3つほど続けます。これはイエス誘導法(=相手が「はい・イエス」と答える質問を行いコミュニケーションを良好にする)を活かしたいからです。

講演であれ、商談であれ、接客であれ、プレゼンであれ、その場にいる自分と相手とは違う人間です。それを忘れたままいきなりコミュニケーションをとろうとすると無理や摩擦が生じます。自分の意見や主張を取り入れてもらいたいのであれば、その基本態度は相手を理解し、相手に自分を受け入れてもらうことです。そのためには打ち合わせでも交渉でも上述のような心理学スキルが役立ちます。

チョット

break



『名医! ?』

仕事に役立つビジネスジョーク

風邪の治療に病院に訪れた患者と医者との会話。

医者:「家に帰ったら風呂に入り、できるだけ薄着をして、暖房器具を使わずに、布団をかけずに寝て、睡眠時間を減らしてみてください。」

患者:「だけど先生、そんなことをしたら肺炎になってしまふんじゃないですか?」

医者:「大丈夫! 私は肺炎なら治せるんだ。」



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。

『〇〇が増える仕組み』

最近、気になっている言葉が「仕組み」。
なぜか、ここ数ヶ月の間にいろいろな人の口から「仕組み」という言葉を聞きます。

「それって売れる仕組みということですよ。」
「そういう仕組みづくりをしたいのです。」
「仕組みの作り方が分からないのです。」
等々……。



「仕組み」というのは使いやすく、理解しやすく、さらに印象に残りやすい言葉なのかもしれません。さっそくキャッチコピーで応用してみましょう。

「無理なく痩せる仕組みとは？」

「年収300万円時代到来。放っておいてもサラリーマンの銀行残高が増える仕組み大公開」

「がんになりにくい体質を作る仕組みがある!？」

「集中力のない子どもの成績を上げる仕組み」

「繁盛店にはある共通の仕組みがあった! 人気のお店の接客術とは？」

「災害に強い家は仕組みが違う! 地震や火災に強い新築・リフォーム相談会」

「お金をかけずに集客する仕組み作り3つのポイント」

といった形で応用ができます。

●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。

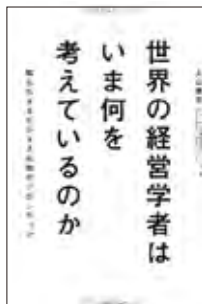
編集後記

iPhone 5sの安売りが止まらない!!5cに高額キャッシュバックをつけて実質の格安販売をしている。スマホに限らず昔から携帯電話の時代からこの戦略は多くみられました!日本ではすでに携帯&スマホは一人複数台持つ時代!そこに食い込むためには当然本体&維持費が安い機種が売れる!!ソフトバンクは現状、普及率が一番低いこともあって安売りを一番初めに始めて、純増をのばしてきた!当然ソフトバンクの独走を許すわけにも行かず、追従する形でau&ドコモが対抗するためにキャッシュバック等の同等のサービスを行いました。そのおかげもありauはMNPで一人勝ちです!ニュースでもよく見かけますが現状ドコモの一人負けの構図はわかりません!ドコモはいままであぐらをかいていましたが、いろいろ手を打っていますがいまいち成果が出ない状態です。現状このキャッシュバック等のサービス合戦が体力の消耗戦になっており、やめるにやめられない状態です。そのおかげでiPhone叩き売り状態になっているわけです。一年半前にiPhone5を高額で買った私は、涙しか出ません



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



世界的に経営学を俯瞰できる1冊

世界の経営学者はいま何を考えているのか——
知られざるビジネスの知のフロンティア
英治出版
入山 章栄(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。