

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。

2015.02 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。今回はイベントキャンペーン企画をご紹介します

いろいろな会合でこんなサービスがあったら、出会いのチャンスが増えるかも!?

▼アプリ「一期一会」

●会場に到着し、入り口で受付をします。

その際、名刺を渡すことが多いですが、その時、こう訊ねます。

「御名刺情報を来場者の方にアプリを通じて、公開してもよろしいでしょうか?」

●OKをいただいたら、早速、名刺をスキャナーで読み取ります。すると、瞬時にアプリ「一期一会」にアップされます。

●アプリ「一期一会」にアップされると、アプリ「一期一会」をインストールされているスマホでは、名刺画像・webサイト・Facebookなど名刺画像のほか、名刺情報のリンク先まで一覧で閲覧することができます。

※アプリ上での公開を希望しない人は掲載されません。

※アプリにはその会合ごとに発行されるパスワードを入力しない

と、閲覧することはできません。パスワードは会場で発表されます。

●会場が広く、人数が多い会合であっても、このサービスにより、参加企業や人物がわかり、出会いのチャンスが増えます。

●アプリの中には専用SNSがあり、会場内でSNSを使って連絡を取り合い、当人同士を見つけ合うこともできます。

●また、データはデータベース化されますので、会合ごとに名刺が自動的に管理されるので、手間なく、とても便利です。

●名刺交換の枚数が多いほど、その後の管理が大変なので、こんなサービスは、名刺交換が多い人ほど、助かりますよね。

●さらに、違う会場で同じ名刺がアプリ上にアップされたら「同一人物」として通知してくれると、なお、お互いに関係が深まる可能性もありますね。

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

### 『記念写真』

昨年の秋に先輩家族と長野に出かけたときのこと。その日は快晴で絶好の行楽日和でした。高原に出かけ、ゴンドラリフトで頂上へ。そこから自然植物園内を4時間近くかけて散策。初秋の空の下、大自然を堪能。

帰りのゴンドラリフトが途中駅に止まった時にドアが開いて

「はい、それでは記念写真をとります!」

とカメラを持った係員さんが写真を撮ってくれました。



➤ 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: 42 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

観光地のゴンドラリフトやスキー場のリフトに乗った人なら分かると思うけど、行きのリフトに乗っている時に写真を撮られることが結構ありますよね。山頂で楽しんだ帰りにリフト乗り場の出口付近にくと、そこに写真がいっぱい掲出されていて、よ〜く見ると自分の顔が写っている。

行きに撮影された写真がプリントアウトされて右の写真のように観光地の名前入りで記念写真が出来上がっているのです。

もちろん写真が欲しい人は有料で購入するのですが…。

以前は私も購入したことがあるし、今でも、掲出された写真の前には結構な人ばかりができていますので、「記念に買う人」も多いのじゃないかな。まあ、有料にするかどうかはともかく、こういったサービスはあなたの会社やお店でもできますよね。

飲食店で忘年会や新年会、送別会で盛り上がっているグループがあれば、サービスで集合写真を撮ってあげてもきっと喜ばれますね。子供の誕生会でお店で食事

をしている家族がケーキにローソクを灯してみんなでニコニコしている写真なんかキレイに撮影してあげても喜ばれる。そんな写真をもう1枚余分に撮って置いて、店内に飾ると、他のお客さんにも楽しい雰囲気が伝わる。新車納車時にもピカピカの車の前で写真を撮ってあげても喜ばれるでしょう。美容室でキレイに髪をセット出来たときに「あ〜、すごいカワイイ！写真撮ってあげる。」と言いながら、撮影してすぐにフレームにセットしてあげるときってウレシイですね。テニスクラブや水泳教室、ピアノ教室等の趣味や習い事の教室でもプレー中や練習風景を撮ってあげて、「〇〇ちゃんは、今日も、こんなに一生懸命練習してました！」とメッセージを添えて持たせてあげると本人はもちろん、親御さんまで喜ぶかもしれません。

そんな写真が増えてくればあなたの会社やお店のカタログやパンフレット用の写真に使える。ニコニコしているお客さんの笑顔で溢れる会社案内なんてとてもイメージが良いのではないのでしょうか！

## key word 『ピークエンドの法則』

先日、私は後悔をしました。先輩宅へ遊びに行った時のこと。食事まで馳走になり、会話も弾み、なごやかに楽しい時間が過ぎました。一晩、泊めて頂いた翌朝、先輩の奥さんが「酒井さん、また来てね！」と言いながら居間のドアを開けて玄関に向かいました。会社に向かう時間だったのです。

私は立ち上がって「お世話になりました。また来ます。」と答えました。その時、私は玄関に向かってお見送りをしようと思ったのですが、結局、玄関には行かず居間から見送っただけでした。寝起きで玄関まで行くのがちょっとだけ面倒で、そして照れくさかったからです。玄関のドアを閉めて先輩の奥さんは会社に向かいました。そのとき、『ちゃんと玄関までお見送りをして、ありがとうと言えばよかった。』と私は後悔したのです。もしかしたら「え〜、そんなことで後悔するの？」と思う人がいるかもしれません。

心理学にはピークエンドと呼ばれる法則があります。それは「あらゆる経験の快苦はほぼ完全にピーク時と終了時の快苦の度合いで決まる」というもの。どんなことでもその経験のピーク時と最後のあたりの記憶が、

その経験の快苦を決定してしまうということです。だから、仕事であっても交渉の真っ最中も大切だけど、最後の最後の別れ際での振舞いや言動もかなり重要である、ということになります。

先輩宅での食事や会話もとても楽しかった。（＝経験のピーク時）もちろんそのままで楽しい経験なのだけれど、それだけだとフツーの人でもできる。私は最後の最後の別れ際（＝経験の終了時）までちゃんと快を残したかった。だから、『玄関までお見送りして、ありがとうと言えばよかった。』と後悔したのです。

あるお店の店員さんの接客態度はバツグンに印象がいい。それは、買い物をした後もお客様の姿が完全に見えなくなるまで道に出て手を振ってお見送りしてくれるから。だから！他の店員とは圧倒的に好印象の度合いが違う・・・。「経験のピーク時」にちゃんとした振舞いや言動が出来るのはフツーです。誰でもできます。それに加えて「経験の終了時」までちゃんと手を抜かないように心がけたいものです。

key  
word

## 『フツーの人』

20代の頃、資産を1億円以上持っている人と食事をしました。  
多少、風呂敷を広げるところはありましたがフツーのおじさんでした。  
20代後半に、有名な宗教団体の教祖様とお仕事をしました。  
全然、寝ない人でしたが打ち合わせではフツーのおじさんでした。  
30代の後半に、上場企業の社長さんと食事をしました。  
場所は豪華でしたけれど、フツーのニコニコしたおじさんでした。  
40代前半に、カリスマコンサルタントとビールを飲みました。  
緊張したけれど、フツーのやさしいおじさんでした。  
数年前に、カリスマ講師と食事をして、飲みに行きました。よくしゃべるフツーの楽しいおじさんでした。



これらの人々は世間一般からは「すごい！！」と言われる人たちです。だけど、みんなフツーの人でした。偉業を成し遂げるとか、偉大な功績を残す人って図抜けた才能と能力と魅力があると思うけれど、案外そうでもないのかもしれない。(私の感性が足りないからなのかもしれません。)

きっと、「すごい！！」と言われる人たちも普段はフツーなのだと思います。フツーに朝起きて、フツーに飯食って、フツーに用便を足して、フツーに歯を磨いて、フツーに会社に行き、フツーに喜んで、フツーに悲しんで、フツーに疲れて、フツーに寝るんだと思います。あのレディ・ガガだって来日したときにこう言っていました。  
『私って平凡な女の子なのよ』

フツーだから、悩んで、努力して、失敗しても前に進もうとするのかもしれない。  
フツーなのだから、人より何倍も頑張らないといけない・・・。  
「オレってフツーだなあ。なんて平凡なんだろう。」  
って思うから人より頑張る。フツーだからこそ、これからの可能性が大きいのかもしれない。

チョット

break

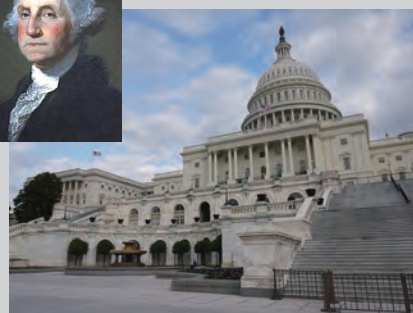


## 『ワシントンDC』

仕事に役立つビジネスジョーク

先生が児童に問題を出しました。  
「みなさん、アメリカの首都はどこですか？ 分かりますか？」  
児童が答える。  
「はい！ ワシントンDCです。」

先生は質問を続けた。  
「よく分かりましたネ。 では、DCは何の略ですか？」  
児童が答えた。  
「ドット・コム！！」





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。

### 『24時間オープンの〇〇です。』

今時、24時間営業のお店など珍しくはありませんね。  
でも、あなたの会社やお店のホームページやブログ、  
フェイスブックページに下記のようにひと言  
「24時間受付中」といった言葉を書いておくと反応が良くなります。

例えば

「24時間FAXで受付中です。」

「こちらのフォームから24時間お申込頂けます。」

「お問い合わせは24時間受け付けています。お気軽に！」

と書いておくと、夜半にホームページ等を見た人が

「今日はもう遅いし、明日もう少し考えてみようかな。」

といった気持ちになることを防ぐことができます。

人は覚えたことを20分後に42%、1時間後に56%、1日後には74%のことを忘れるという  
実験結果があります。だから、あなたの会社やお店のサイト等を見た人も明日になるともう忘れてしまうのです。

24時間FAXを受け付けたり、サイト上のフォームから申込受付をできることは当たり前のことなのですが、それでも「24時間OKです。」「24時間受付中です。」と書いてあると、「今」申し込む理由や問い合わせるきっかけが生まれるのです。

●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

先日Apple Watchは、2015年4月出荷開始だとAppleのティム・クックCEOが発表しました。Appleの腕時計型ウェアラブル端末Apple Watchのリリース時期については、当初、「2015年の早い時期」とされていましたが、その後社内の重要人物が「春以降の登場である」と発言したこともあり、販売が遅れるのではないかと見られていました。そんな中、ティム・クックCEOが業績発表会の場で「Apple Watchは4月に出荷が始まる」と発言したことで、いよいよ4月発売が濃厚となってきました。今回は、さすがのアップル好きの私も見送り予定です。Appleの初期型端末はあれですから。見送りの理由として端末の完成度がかなり低いのではと考えているからです。Apple Watchのリリースが遅れている原因の一つに、短すぎるバッテリーの問題があると言われています。この手の小型端末は省電力なのは勿論ですが、持ち運ぶこと前提です。そうそう充電しないと使えないとなると、まったく意味がなく満足のいくものではないと予想されます。発売後の市場が熟成され外部周辺機器や更なる改良された機種ができればその時に購入を考えたいと思います。



- 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。