

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。

2015.04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

「選挙セール」・・・投票に行ったら有権者が投票所でもらう投票済証を店で示せば割引や特典が受けられる。投票率アップと集客を合わせた企画。(2014.12.8 日経夕刊)

さらにもう一歩踏み込んでこんな企画はいかがでしょう。自治体もうまく「便乗」しましょうよ!

## ▼【 選挙+まちづくり+お楽しみ 】

### 《仕組み》

- (1) 家族で投票所へ行き、有権者は投票します。
- (2) 投票後、「投票済証」をもらい、最寄りの飲食店へ行きます。
- (3) 飲食店では「投票済証」を見せれば、1枚につき、【大人1人+子供1人】の割引(特典)が受けられます。あるいは、夫婦揃って(大人2人)見せた場合は、子供全員分の割引(特典)が受けられます。※特典は当日限り
- (4) さらに、「投票済証」の裏面の『わが街ここを直し隊』に、まちづくりの要望を書いて飲食店内に置かれた「目安箱」に入れると、自治体よりさらなる特典(粗品)がもらえます。※特典は後日郵送

●「選挙の投票で出かけたついでに家族で食事」昔アイドルグループのヒット曲の歌詞にもこんなフレーズがありました。選挙があったら、投票

と家族団らん+まちづくりをセットにして、街ぐるみでキャンペーンをしたらいかがでしょう。

- 選挙があると街全体が「選挙一色」になります。少なからず有権者の関心は選挙に傾き、投票へ向かいます。
- そんな「行動」を商売人は見逃してはいけません。あざとく「選挙キャンペーン」を打ち、集客につなげます。
- もちろん自治体もこのムードを後押しし、「選挙キャンペーン」の協力店には、PRほか、地域通貨などの特典サポートをします。
- 自治体は普段なかなか集められない「まちづくり要望」の収集の機会とし、選挙があったら家族団らんと「わが町のことを考える」ことを印象づけます。
- 選挙+まちづくりは馴染みやすく、いいチャンスだと思います。そこに特典を絡ませて「一票一通」でも投票と意見が寄せられれば何もいうことはありません。
- 選挙ムードを上手に活用いたしましょう。

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 『緊張の中で笑う方法』

第一印象って重要ですよ。最初に会ったそのイメージが、その後の商談や仕事に大きな影響を与えます。人の第一印象は一生変わらない、という心理学者もいます。

第一印象を良くすることってとても大切ですけれど、第一印象を良くするって案外難しいんです。だって、初対面の相手と会う最初の瞬間は誰でも多かれ少なかれ緊張するものだからです。最初の印象がお互いに大切なのに、一番緊張する場面が最初の出会いの瞬間なのです。



➤ 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: 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!!



そんな時に私はどうしているか。  
私が心がけていることのひとつが「前歯を見せること」。

先ほどの写真は笑っているように見えますが、私としては「笑顔になる」というよりも、「前歯を出す」ということに意識を向けた表情なのです。

初対面同士ではお互いに緊張していますから、その瞬間に「笑おう」とすると顔が引きつります。

緊張している時に「笑う」って難しいんですよね。

だから、私は「笑う」ではなく、相手に「前歯を見せる」という意識で接します。すると、結果として笑っているように見えるんです。

また、話した後に次のように「イ」の口を付けるように意識するのも笑っているように見せるスキルです。

「こんにちは！（イ）」

「今日はよろしくお願ひします！（イ）」

こちらが笑っている（ように見える）と、相手もホッとします。

すると相手のホッとした表情を目にした自分もリラックスするので本当の笑顔になれるのです。

「オレはど～も第一印象が良くないんだよなあ・・・」

そんな、あなたは「前歯を出す」「（イ）の口を付ける」を試してみてください。

その後の、交渉やセールスがぐっと楽になりますから。

## key word 『自分で決めてもらう』

父がようやく重い腰を上げて腰の手術をしました。もう何年も「痛い、痛い！」というばかりで何も行動を起こしませんでした。ある日、私が腰痛治療で有名な病院の連絡先、地図を調べて紙に書き出して渡しました。すると父は数日後に自分で隣の病院に行って入院の準備をしてきました。

後日、病院に見舞いに行くと手術のおかげで長年の痛みが和らいだようで、父はすこぶる元気。

私が「オレの言ったとおりに来てよかっただろう。」と言うと父は一瞬きょとんとした顔をしました。

その時の父の表情を見て私はこう思ったのです。

「多分、父はこの病院を自分の意思で選んで、入院を決めたと思っているんだ。」

もちろん、私は病院の連絡先、地図を調べて紙に書き出して渡しただけです。もし、その時に父に「早くこの病院へ行け」と命令したら、頑固な父は動いていなかったかもしれません。人は「自分で決めたこと、納得したこと、決断したこと」で動きます。「他者の命令や指示」ではなかなか動かない。

講演中にも同じことを感じる時があります。集客、広告、販促のアイデアを説明し「今、これをやるべきです。」と伝えるとイマイチ反応が悪い。でも、

「さて、あなたならこの事例をどうやって自社に応用しますか？考えてみてください。」

と自分で考えてもらうようにすると反応がとても良くなります。

これも集客、広告、販促のアイデアを「自分で決めたこと、納得したこと、決断したこと、考えたこと」として受け入れるからだと思います。手取り足取り具体的に指導する、指示する、命令をするということが大切な場合がありますが、やはり、人は「自分で考えた」「自分で決めた」ことには興味を持って主体的に行動を起こします。

セールスや広告も同じですね。「コレは良い商品です。良い商品です。」と連呼するのではなく、お客さんが「コレは良い商品なのだ。」と自分で考えるように誘導することが大切です。（その際には今までの記事でも説明してきた権威効果、社会的証明、希少限定の原理、限定条件下の事実などの説得方法が有効です）そして自分から主体的に決断、行動し、購入した場合にはお客様の満足度も高くなるのです。

key  
word

## 『こちらをご覧ください』

お客様との交渉やセールス、プレゼンの時に相手からじ〜っと見られていると緊張しませんか？あるいは会議で大勢の視線がこちらに集まっている、そんな時もドキドキしませんか？さて、そんな時どうしたら緊張感をやわらげることができるでしょうか？

コツは相手の視線をズラすことです。じ〜っとこちらを見ている相手の視線を私からズラしてもらいます。どうすればいいのか？交渉やプレゼンや会議の際にこう言うのです。  
「こちらをご覧ください。」



すると相手の視線が私の顔から離れて「こちら」に向きます。  
例えばプロジェクターを投影しながら  
「こちらをご覧ください。」と言い、スクリーンを指します。  
すると相手の視線はスクリーンに映し出された画面に向かいます。  
もし、プロジェクターが使えない場合はどうするか？  
そんな時はこう言います。  
「お手元の資料の3ページ目をご覧ください。」  
すると相手の視線はあなたの顔から離れて、資料に向かいます。または、こう言います。  
「今日は実物をお持ちしました。こちらをご覧ください。」  
すると相手の視線は差し出したモノに向かいます。

このようにすると視線が自分に集まるプレッシャーから逃れることができます。そのため交渉やセールス、プレゼンで話すときに相手の視線が気になる人は予めプロジェクターや資料を用意しておくのと良いですね。そして、視線をズラして説明をしながら、落ち着きを取り戻していくと自分のペースで交渉やセールス、プレゼンを行うことができます。

このテクニックはある有名講師から聞いたテクニックです。視線が気になる方は是非お試しください。

チョット

break



### 『君の話を聞かせてくれ』

仕事に役立つビジネスジョーク

売れっ子の俳優が久しぶりに会った旧友に語りかけた。  
「いやあ、先日主演したオレの映画は大成功だったよ。  
おかげでオレの人気も急上昇。今度映画批評を読んでみてよ。  
天下の名優なんて誉められちゃってさあ。アカデミー賞にも  
ノミネートされてて、次のタイム誌の表紙はオレらしいんだよね。  
毎日、毎日取材攻めでホトホトまいっちゃうよ。」

一瞬間を置いてから、その俳優が旧友に言った。  
「ごめん！オレの話ばかりしちゃって。君の話も聞かせてくれよ。  
オレのこの成功を君はどう思う？」



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。

### 『学歴がなくても〇〇できる人の頭の使い方』

多くの人は心でこう思っています。

「お金があれば・・・」

「資格があれば・・・」

「学歴があれば・・・」

「容姿がよければ・・・」

「店舗があれば・・・」

そして、

「お金が無いから〇〇できない」

「資格がないからどうせ〇〇できない」

「学歴がないから相手にされない」

「容姿が悪いので付き合えない」

「店舗が無いから商売ができない」

というように今の自分に無いものを挙げて目標への行動を止める理由にしています。

だから、その行動を止める理由を外してあげると読み手はそのキャッチコピーに興味を引かれます。

具体的には

「お金が無くても独立できる100の方法」

「資格が無くても採用される履歴書の書き方」

「学歴が無くても一目置かれる話し方」

「容姿が並でも異性に好かれる会話のポイント」

「店舗が無くても売上を上げる人の考え方」

といったコピーになります。



●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

かつて市場独占のマイクロソフトと、現在の覇者グーグルが今おもしろいことになっています！マイクロソフトの最近の話題としては、Windows 10を1年限定ですが無料化に踏み切ったり、後手に回ったモバイル市場で、アンドロイド機器の中でも最も売れ行き好調な部類に入るサムスンのスマホ「ギャラクシーS6」に、マイクロソフトのアプリとサービスをあらかじめ組み込んでもらう代わりに、特許訴訟を終わらせるという手段に出て、サムスンを通じてアプリやサービスの浸透を図っている等。いままで全てにおいて後手に回ったことを必死になって挽回しています。グーグルもまたかつてのマイクロソフトにとってのウィンドウズとオフィスの位置づけとまるで同じように、市場独占だった広告と検索エンジンを収益もここにきて限界にきており、その他分野のサービスを無料で提供はするものの、見切り発車&切り捨ての繰り返しでユーザーに見放され信用を失ってきました。かつてのマイクロソフトはウィンドウズとオフィスの収益でうるおい、現状に満足しテクノロジー進歩の流れを無視してウェブサービスとモバイルという変化を見逃し、その後グーグルが全てを奪っていった。今、グーグルはウェブサービスとモバイルでうるおっていますが、現状に満足し、市場での圧倒的な力を背景にテクノロジーの進歩を無視しコントロールできると考えていたようです。そこに起死回生のサービスを打ち出してかつての王者のマイクロソフトが攻め込んできました。今現在、マイクロソフトは何も失うものはないが、すべてを手に入れたグーグルは失うものだらけ。さてどちらが市場を制圧するのか楽しみですね！

- このレターは、弊社のお客様、資料請求をいただいた方、お名刺交換させていただ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。