

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。

2016.02 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。今回は市場開拓・商品開発企画をご紹介します

日本のアニメが全世界で再放送されているなんて、すごいことですよね。欧州の有名サッカー選手も日本のサッカーアニメを観て育ったというから、子どもにとってアニメの影響力は絶大です。そこで、考えた英語教育。きっと夢中で観ると思います。

▼『こどもアニメ英語塾』

●ちょっと“不純”で“不真面目”かもしれませんが、アニメを観ながら英語を学びます。アニメは日本でも子どもに人気のアニメ。(これが重要ですよ、子どもを釘付けにします)

●でも、放送が日本語ではただの娯楽時間になってしまいます。そこで、海外で放送されている「海外版日本アニメ」を逆輸入して教材に使うのはいかがでしょうか?

●授業時間は1時間。

最初の30分間は「海外版日本アニメ」をそのまま観ます。

そして、残りの30分は、その日観たアニメの場面を抜き出し、登場人物になりきって、話す聞くの勉強をします。

●場面は英語の習得レベルに応じて、簡単な会話から難しい会話までグループごとに学びます。

登場人物をくじ引きで子どもに割り振り、キャラクターになりきって英語を学びます。

いかがでしょうか?

●子どもは、アニメを観ながら言葉(英語)は分からないけど、画を観ながら一生懸命に想像して理解しようとすると思います。

これが大切ですよ。

●その後、復習をかねて先生に解説してもらったら、文法や単語は書けなくても英語での会話は覚えます。

●アニメを月ごとに替えたり、映画版を使ったり。塾生の年齢に応じてアニメも替えられます。

●きっと面白いでしょうね!

子どもが進んでいく英語塾になるかも。

●お母さんとしては複雑な思いがあるかもしれませんが、きっと結果が伴えば納得してくれると思います。

●講師の力量に頼らなくてもいい点も事業展開がしやすいかもしれませんね。

●何より集客のための広告インパクトはどこの塾もかなわないでしょうね!

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

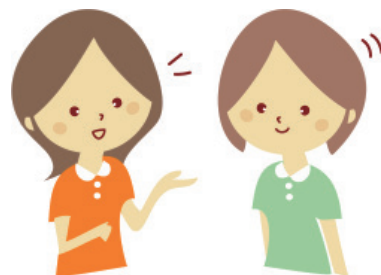
key word 『I AM LIKE YOU』

下記の英語を訳してみてくださいか?

(1) I LIKE YOU. (2) I AM LIKE YOU.

(1)は「私はあなたが好きです」で、

(2)は「私はあなたに似ている」ですね。



➤ 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: 43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!!



I LIKE YOU. とI AM LIKE YOU. はとても似ています。

ちょっとこじつけっぽいですが、「私はあなたに似ているので、私はあなたが好きです」という心理が人間にはあります。

趣味が同じ人、出身地域が同じ人、同い年の人って親近感が湧きますよね。

人は「この人は自分と似ているな」と感じると相手に親しみを感ずります。

仕事先で会話をしていると「それは違うんじゃないかな。」「ってというか・・・。」と何度も言う人がいます。もちろん、自分の意見を述べることは大切なことですが、これらの言葉が単に『口癖』になっている人がいます。

こちらがコミュニケーションを取ろうといろいろと話題を投げかけても「それは違うんじゃないかな。」「って

いうか・・・。」という言葉が相手の口から頻繁に出てくると、「この人は私とコミュニケーションを取りたくないのだろうか?」と誤ってしまいます。

私の経験上、「人付き合いが苦手だ」「社内で評価されていない」「お客さんに好かれない」ということで悩んでいる方にこういった相手と同調しない言葉が『口癖』になっていることが多いようです。

意見は大切ですが、それも度が過ぎると相手に「I AM NOT LIKE YOU.」(=私とあなたは似ていない)と伝えられているのと同じ。

お客様には
I AM LIKE YOU.
と感ずてもらい
I LIKE YOU.

と言ってもらえるようなコミュニケーションを取りたいものです。

key word 『500人と深く付き合う』

「お客様が5年に1回車を買って替えるのであれば常に500人のお客様とじっくりつき合えばいいのではないか?」

(「不景気でも儲かり続ける店がしていること」米満和彦著 同文館出版より)

あなたの会社やお店はいったい何人のお客様がいれば成り立ちますか? 1万人? 5万人? それとも10万人? ..おそらくそんな数にはならないですよね。

小さな会社なら数百人、中小企業でも1千人もいれば十分なはずですよ。

多くの会社やお店は「多くの人に広告を訴求すれば儲かる」「多くの地域に営業を行えば儲かる」と考えます。でも、多くの人や地域に影響を与えようと思うと一人ひとりに対しての訴求力と営業力は弱まり、フォローは手薄になり、訪問コストは増え、在庫は多くなり、社員数も営業所・店舗数もどんどん必要になります。広い地域の多くの人と薄いコミュニケーションを取るよりも、限られたエリア・客層に対して、濃くて継続的なコミュニケーションを取るほうが結果的には利益性が高まります。この考えは経営資源の少ない中小企業が採用すべきランチェスター戦略の弱者の戦略であ

る第一法則とも合致します。

冒頭に引用したのはあるトップセールスマンのお話です。彼はカーディーラーの営業マンですがわずか500人のお客様を大切にすることによって何年もトップセールスマンとしての実績を残しています。

一年に100台の車を販売できればトップセールスマンになれる。一人のお客様は5年に一度車を買って替える。だから彼は500人のお客様との関係を深く長く濃いものにしようと考えました。そして、一人のお客様と年に6回のコミュニケーションを取るために毎日手紙や訪問、電話、ニュースレターで接触する実行計画を立て、それは日々実行したのだそうです。

彼がそれを実行するために必要な時間は一日何時間だと思いませんか? ..たった2時間だそうです。

彼はこの2時間でわずか500人のお客様をファンにしているわけです。「多くの人に広告訴求すれば」「多くの地域に営業すれば」..これは小さな会社やお店が陥りがちなワナの一つです。

会社やお店が本当に大切にしなければいけないお客様はいったい何人なのでしょう。

key
word

『赤い色のもの』



少しの間、手を休めて深呼吸を2回して頂けますか？
では今から20秒間、あなたがいる部屋を見渡して
「赤い色のもの」をできるだけ多く見つけてください。よーい、スタート！

では、目を閉じて今見つけた「赤い色のもの」を口に出して言って下さい。
いくつ言えましたか？

では、この文章から目を離さずに次の質問に答えてください。
「あなたが今いる部屋にある緑色のものを答えてください。」

さて、どうでしょうか？部屋にある緑色のものを答えることができたでしょうか？
おそらく多くの方は緑色のものをあまり答えることができなかったはずです。

では、周囲をもう一度見回して「緑色のもの」を探してみましょう…結構ありますよね。

人は目で見ているはずなのに、見えていないものが多いのだそうです。先ほど赤い色のものを探すために部屋を見ました。その時に緑色のものも見ているはずなのですが、「見えていない」のです。

人は意識したもののものしか見えないのだそうです。だから、漠然と「なんか良いことがないかな？」と世の中を「目で見て」いてもダメなのだそうです。以前、心理学の先生に「手に入れたいモノにちゃんと意識を集中することが大切だ」と教えて頂きました。

「赤い色のもの」を見つけようと意識するのと、
「手に入れたいモノ」を見つけようと意識するのは同じこと。
人は意識したもののものしか見えない…日々、欲しいものを具体的に意識しているでしょうか？

チョット

break

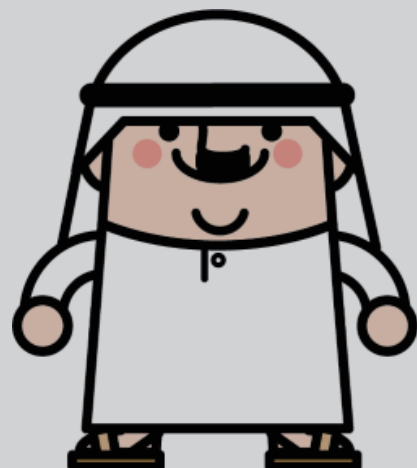


『大富豪とは？』

仕事に役立つビジネスジョーク

アラブの大富豪に訊ねた。
「私も自家用ジェットを持つと思っているのですが、
年間の維持費はどれくらいかかるのでしょうか？」
「維持費を気にするような人は自家用ジェットを
持つてはいけません。」

「はあ、そうですか…。
それでは、あなたの全財産はいったいどれくらい
あるのでしょうか？」
「全財産が分かるような人は大富豪ではありません。」



効く

チラシづくりに役立つ ワンポイントアドバイス

『頑張った自分に大いなるごほうびを』

これはPOPコピーの作り方が上手なことで有名な小売店店内で見つけたキャッチコピーです。

「ごほうび」という言葉が入ったキャッチコピーは今までも何度か紹介していますが、いまだに至るところで使われていますね。

…ということはお客様は「ごほうび」という言葉がやはり大好きなのです。

このコピーの良いところはほとんどの業種で使えること。

『頑張った自分に大いなるごほうびはいかが？ ハワイ〇泊※日の旅』

『頑張った自分に大いなるごほうびはいかが？ 弾むハリ肌・フェイシャルエステ』

『頑張った自分に大いなるごほうびはいかが？ ハートモチーフのネックレス』

等々…旅行、アクセサリ、化粧品、雑貨、高級品、エステ、飲食、アパレル

どんな業種、どんな商品にも使えます。

人は理由があると行動に至りやすいという心理学の実験結果がありますが、「ごほうび」という言葉は自分の購買行動に対して理由付けとなる、自分を納得させることができる、しかも大義名分となる不思議な言葉です。



●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

みなさんはテレビ録画を普段していますか？ライフスタイルの応じてテレビ録画も楽になり2~4番組同時録画や、まる撮りなど様々な方法があります。いまは当たりまえに使用している人も多いですが、今後4K（ハイビジョンよりさらに高画質）放送に合わせて民放5社が密室で主張していることがあります。それは・・・「4K番組は録画禁止」という驚愕のシナリオです！そのままの意味です！今後4K放送がされたら録画ができなくなる！録画ができないとなれば、人との話題にテレビドラマが上ることもなくなり、ブームも作り出すことが難しくなる。現代人は忙しい、その他のメディアの時間をかいくぐって、捻出した時間で録画を見ていた人たちが、結局視聴を諦めることになるのははっきりしています。テレビCMでは4Kへ買い変えを促していますがまったく意味ないじゃん！！ってのはなしです！仮に録画ができたとしても、こんな話もあります。蓄積・記録されたコンテンツの再生制御についての提案。それは・・・民放のビジネスモデルがCMに依存しているため仮に録画ができて、CM再生対象の時間帯を放送側であらかじめ指定しておき、再生制御の可否、再生回数（指定回数を表示したらスキップ可能とする）、再生期間の設定（広告掲載期限を決めるとのこと）などにより、CM表示を強制するということが提案されている。早い話、強制的にCMはみろよ～ってこと！！CMスキップ禁止が実現すれば、タイムシフト再生時にもリアルタイムの視聴時と変わらない広告効果が得られる。当然スポンサーからしてみれば見て欲しいわけで・・・仮に実装されたらなんかおかしな事になりそうですね！4K録画事情これから目が離せません！

- 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。