

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。

2016.04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。今回は市場開拓・商品開発企画をご紹介します

子供の行事は、ほとんど動画も写真もiPhoneで撮っています。画質は専門機には及びませんが、編集や加工が楽だから。さて、最近では広告に動画を活用する企業が増えており、「動画マーケティング」なんていう言葉も耳にします。

そこで、きょうは動画をテーマにしたビジネスをご紹介します。自分の特技が社会貢献につながります。

## ▼【 動画寄付 】

- (1)自分の特技(例:ダンス)を動画にしてYouTubeにアップします。
- (2)再生回数が多いと広告収入が得られます。
- (3)その広告収入は社会貢献のため、福祉団体へそのまま寄付します。※事前に登録していた福祉団体の口座に振り込まれます。

- 動画上に「寄付のための動画」であるアイコンを表示させることで、観ることでユーザーも社会貢献できる仕組みにします。
- YouTubeには動画をアップして稼ぐ“ユーチューバー”なる職人がいるようですが、実際、飯が食えるほどの収入を得る人はほとんどいません。せいぜいお小遣い程度。

●しかし、わずかでもたくさん集まれば大きな収入になります。寄付先は投稿者が選べて、寄付した額は投稿者のページに表示されます。

●動画のパフォーマンスはダンスや歌、料理、演劇や講演などから、「チャリティーイベント」で出演する芸能人などのパフォーマンスも寄付対象になると、ファンも喜ぶし、チャリティーとしても長く社会貢献できます。

●ネット上の動画は流行り廃りはありますが、長期間、手間要らずで稼いでくれます。

●少しあざといかもしれませんが、デビュー前のアーティストが社会貢献しながらネット上でパフォーマンス(動画)を披露して注目を集めるスタイルも考えられます。動画がきっかけでスターになる人もいます。

●スターになったら、デビュー前の動画はなお希少価値があがり、再び再生回数がアップし、社会貢献にもつながります。

●そろそろ私もデビューするか!?(で、私の特技は・・・)

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

### 『無料戦略』

写真はある呉服店店頭で見つけたものです。

「10大サービス」と書かれていますが、「晴れ着購入者にはこの10項目の特典の全てが無料!」ということです。

「無料」を使った広告、販促というとバカにしてやらない人が多いのですが、私自身は下記のように今までに何度も活用して効果を上げています。



➤ 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: 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!!



# 集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

パソコン教室を運営していた時に最も集客力があつたのは「4日間無料講習会」です。私が出版をするきっかけになったのも「無料レポート」です。私がセミナーDVDを販売するきっかけになったのも「無料セミナー」です。私が日本全国で講演をするきっかけとなったのは「無料の書籍配布」です。

また、世界的なクッキー・チェーンのミセスフィールズクッキー社の躍進のきっかけは「クッキーの無料試食」です。関西に本社を置く全国規模の学習塾のオーナー（女性）が以前にご主人が経営していた家電販売店を手伝っていた頃、大きく売上を伸ばしたのは「無料モニター募集」がきっかけです。

およそ100年前に書かれた広告の名著サイエンティフィック・アドバタイジングで紹介されている高価なマシンを販売するために効果的だった販促方法もやはり「無料モニター募集」です。現在でも再春館製薬所、やずや、ユーキャン・・・見込み客集めのキーワードは「無料」です。

「無料でお客様を集めると冷やかしか客が多い」  
「無料イベントを開催しても売上につながらない」  
「無料でプレゼントを渡して“もらい屋さん”しか来ない」  
・・・という方が多いのですが、それは「無料」に効果がないのではなく、「無料」の使い方、そして「無料」で集めた見込み客へのその後のアプローチが戦略的に構築されていないだけです。

無料戦略をマスターする一番効果的な方法は実際に「無料」で集客している会場に足を運び、「無料資料」を配布している企業に資料請求をして、どのようなセールスの仕組みが構築されているのかを自分の目で確かめることです。すると無料からどのようにして成約に結び付けているのかがよく分かります。

それを自社に応用すればオリジナルの無料戦略が構築できます。

## key word 『親近感を生んでから交渉する』

私は講演先で初対面の方に次のように言われます。  
「毎週、筋トレをしていますよね。僕もよくジムに行くんです。」  
「私も池袋に住んでいたことがあるんです。すれ違っていたかも！」  
「酒井さん、映画をよくご覧になってますね。私も好きなんです。」  
つまり、私に親近感を持ってくださっているわけです。だから、打ち合わせもスムーズになり、講演中も熱心に聞いてくださり、懇親会でも会話が弾みます。

下記はあなたもご存知だと思いますがザイアンスの法則です。

- 1 「人は知らない人には攻撃的、批判的、冷淡に対応する」
  - 2 「人は会えば会うほど好意を持つ」
  - 3 「人は相手の人間的側面を知ったときに好意を持つ」
- そのため仕事では事前に接触する回数を増やし、人間的側面を見せてから、交渉やセールスを行った方が、ことがスムーズに進みやすくなります。

では、冒頭で書いたように講演会に参加の方がなぜ初対面の私に親しくしてくださるのか？それはブログやメルマガ、FB でいつも情報を公開しているからです。ということはあなたが相手とコミュニケーション、交渉、セールスをスムーズに行いたいと思ったらどうしたら良いでしょうか？  
・・・そうですね。自分から、事前に何度も自己の情報を開示することです。

もちろん SNS を使う必要はありません。今お読みのようなニュースレターを企業やお店から定期的に見込み客に対して発行するだけでも効果があります。さらに葉書、手紙、メールでもザイアンスの法則は成立します。人は会えば会うほど（接触機会が増えるほど）好意を持ち、相手の人間的側面を知ったときに好意を持ちますが、それは実際の営業訪問活動以外でもその効果は発揮されます。そのため昔からトップセールスマンの筆まめ、電話まめは足まめに匹敵するほど重視されていたわけです。

key  
word

## 『身体の使い方』

少し仕事の手を休めて、両手を大きく広げてみて頂けますか。  
伸びをするように大きく。そして、天井を見上げてください。ふかく深呼吸をしてください。  
そして、口を大きく開けてみましょう。さらに眼も大きく見開きましょう。  
…では、その状態ですごく悲しいことを考えて落ち込んでみてください。

できないですよ。  
心は身体の使い方に大きな影響を受けています。  
両手を広げて、空を見上げて落ち込むことは難しいのです。

反対に落ち込むと下を向きますよね。  
怒られるても下を向きます。怖くなくても下を向きます。  
その状態で気分を晴れやかにすることは難しいのです。  
心は身体の使い方に大きな影響を受けます。

心理学の実験からわずか2分間だけでも両手を広げて  
ガッツポーズの姿勢を取るだけで、体内でテストステロンと  
呼ばれるホルモンの分泌量が増え、面接の採用率が上がり、  
交渉での契約率が上がることが分かっています。



誰でもスランプや調子の悪い時はあります。  
そんな時こそぐーんぐーんと両手を広げて、空を見上げて、歯を出して笑い、目を見開いてみましょう。  
きっと交渉もプレゼンもセールスも好転し始めます。

心は身体の使い方に大きな影響を受けています。

チョット

break



仕事に役立つビジネスジョーク

## 『もし、宝くじが当たったら？』

「先生、主人が買った宝くじ、三億円が当たったんです！  
でも、このことを心臓の弱い主人に知らせて大丈夫でしょうか？」  
「いや、いきなり知らせるのは危険です。私が少しずつ伝えましょう。」  
「ご主人、もし宝くじで100万円が当たったらどうしますか？」  
「そうですね、先生たちと一緒に温泉旅行にでも行きましょうか。」  
「では、ご主人、もし1000万円が当たったらどうします？」  
「先生が欲しいと言っていたセカンドカーをプレゼントしますよ！」  
「えっ！それは嬉しいですね。じゃあ、もし三億円が当たったら？」  
「そうですね…私と妻と先生で一億円ずつ山分けしましょう。」



その瞬間、驚いた先生の心臓が止まってしまった…。



効く

## チラシづくりに役立つ ワンポイントアドバイス

### 『ジョブズはなぜ石ころからダイヤモンドになれたのか？』

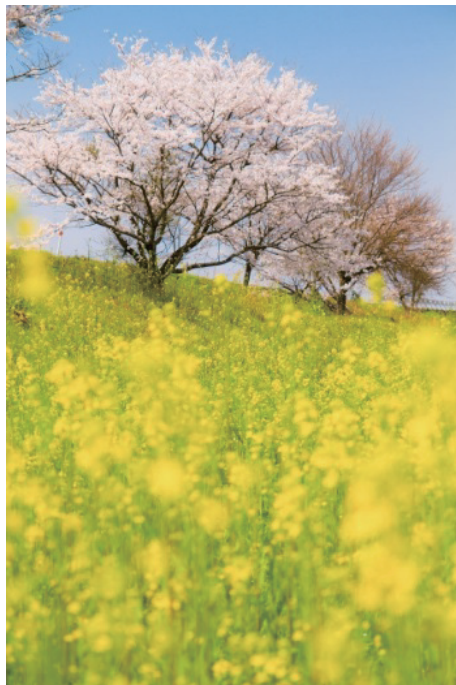
このコピーには上手なキャッチコピーの「要素」がたくさん入っています。まず、ビジネスマンなら知っているアップルの創業者「ジョブズ」の名前が入っていて読み手の興味を引きます。

そして、「なぜ」という言葉が入っています。なぜ？と問われると無意識に人の脳は考え始めるので自己関与度が高まります。

「石ころ」「ダイヤモンド」と両極端な言葉が前後に入っています。人は異質なものと両極端なものの組み合わせに興味を持ちます。さらに、「石ころからダイヤモンド」になったということが前提となっているうえに、そこには何かの理由があるように推測させています。

このキャッチコピーは次のように応用できます。  
「私はなぜ劣等生から一流大学に入れたのか？」  
「地味だった私がなぜ社長婦人になれたのか？」  
「私はなぜ肥満体型から細マッチョになれたのか？」  
「なぜリストラされた彼は起業に成功したのか？」  
「閑古鳥が鳴いていたあのお店がなぜ繁盛店になれたのか？」

上手なキャッチコピーの要素を分解すれば、自社・自店のコピーに応用ができるようになります。



●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

以前から噂されていた新しい小型iPhoneSEが発売されました。この新型iPhoneも最新鋭機種を求めるマニア層からはあまり評判は良くありませんでした。それなのになぜここで小型iPhoneを発売するのか、その背景には、大画面を搭載するタブレット型コンピュータの不振があると考えます。2010年に鳴り物入りで登場したiPadは、2014年には販売台数で明らかに失速を記録し、Appleの株価にも悪い影響を及ぼしました。この傾向は、Appleだけでなくタブレット市場すべてに共通しています。iPhoneの大画面化と、MacBook Airなどの持ち運びやすいノートパソコンの間で、その存在意義を薄れさせてきた結果といえるでしょう。成熟期に入ったスマートフォン市場に、ではなぜここでiPhoneSEを投入する意味は何でしょうか。それは「Apple pay」、つまりカードレス電子決済にあると考えられます。カードレス電子決済は、クレジットカード決済のように市中の販売店に個人データを残す形式ではないため、クレジットカードの盗用などが多い海外では注目され、急ピッチに普及が進んでいる技術です。iPhoneSEに追加されると見られるApplepayは、AppStoreなどで電子決済ノウハウを得たAppleが、市中の決済にも対応するべく策定した決済フォーマットです。Appleは、このカードレス電子決済での圧倒的な主導権を握るべく、既存のiPhone5、5sのユーザーが端末買い替え時期に差し掛かる今年に同じ使い勝手の5eを投入し、夏以降に発表されるであろうiPhone7とともに現在のユーザーをすべてApplepay決済可能な端末のユーザーに置き換える目算ではないでしょうか。

- 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。