

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。

2016.05 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

中日新聞を読んでいたら、カレーチェーン大手のCoCo壱番屋が移動販売車両を熊本地震の被災者への支援活動として4台派遣している記事を読みました。1日1台で1000食以上提供できるそうです。すごいですね! ゼンショーグループの牛丼チェーン「すき家」も18日、熊本地震の被災地(熊本県益城町)にキッチンカーを派遣、炊き出しを行なったそうです。温かい食事は心をほっとさせてくれます。

そこで、この活動を行政としてもっとバックアップしてはいかがでしょうか。そのために平常時のサポートも大切です。

▼【 緊急支援キッチンカー・ネットワーク 】

(1)地震や豪雨などで避難所が開設された場合、国・自治体が避難所(被災地)周辺の「緊急支援キッチンカー」に支援要請をします。

(2)要請を受けた「緊急支援キッチンカー」を所有する企業は、食材・スタッフを持参の上、急行し、料理を提供します。

●「キッチンカー」は企業が所有し、平常時はイベント等で料理を提供しますが、「緊急支援キッチンカー・ネットワーク」に申請・登録することで、緊急時は優先して避難所へ駆けつけることができます。

●近年地震だけでなく、豪雨・台風による災害でも避難所が開設されます。そんな時、素早く提供できるお弁当やおにぎり、保存食以外にも、温かい料理も提供できたら、避難所生活でのストレスも少しは軽減できるかもしれません。

●このようなネットワークが全国に広がってはどうでしょう。

●そのためにも「緊急支援キッチンカー」に登録した車両は、税金や車検の負担を軽減するだけでなく、防災イベントをはじめ、地元でのイベントで優先して出店できる特典があるといいですね。

●また、さらに平常時での稼働を促すため、官公庁の駐車場を無料で借りれて、ランチの提供ができる特典も嬉しいですね。

●平常時で稼働率を高めておけば、スタッフの教育をはじめ、緊急時の出勤も迅速になります。

●官民一体となって、災害に強い体制を構築していきましょう。

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

『趣味 ビデオ鑑賞』

出張先でタクシーに乗った時のこと。

運転席のヘッドレストに写真のようなプレートが

掛けられていました。ドライバーさんの顔写真と名前の下に

「趣味 ビデオ鑑賞」と書いてあります。



➤ 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: 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・アメリ映画

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

私も映画が好きなのでそのドライバーさんに声を掛けました。

(私)「映画がお好きなのですか？」

(ド)「はい！すっごく好きです。」

(私)「最近のおススメは何ですか？」

・・・といったことから会話が続き目的地まで約20分の間、楽しく乗車をすることができました。

初対面の相手との会話はぎこちなくなりがちです。でもこういった「コミュニケーションの突破口」があると楽しくコミュニケーションをとることができます。

仕事でも商売でも相手との距離を縮める、お客様と良好なコミュニケーションを取るために自分から「コミュニケーションの突破口」を見せることって大切ですね。

店舗スタッフであればネームプレートに趣味や出身地を書いてもいいですし、営業マンであれば営業資料に個人的な趣味、好きな言葉、血液型、飼っているペット

のことを書いてもいいですし、ネット通販を行なっているならサイトに自分史を掲載しても良いでしょう。

それを目にしたお客様はそこに「コミュニケーションの突破口」を見出すことができます。

先日、講演先でこう言われました。

「酒井さん、永ちゃんが好きなんですよ。私も40歳を過ぎてから永ちゃんのパラードを聞くようになったんですけどいいですよ。」

こんな会話から二人の距離感がぐっと近づきました。

こういったなにげない「コミュニケーションの突破口」から良質な関係はスタートします。

そして、それが仕事に後々大きな影響を与えることも多いですね。

人はコミュニケーションで相手を知り、理解し、好きになります。

そのコミュニケーションの突破口は自ら作りましょう。

key word 『できると信じればできる』

写真をご覧ください。テニスボールが2個縦に重なって立っています。

これは接着剤を使ったわけでも、トリックでもありません。テニスボールを2個を積み上げたのです。

あるセミナーに参加した時のこと、講師がこう言いました。

「テニスボールを2個積み上げてください。」

その瞬間に私はこう思いました。

「ウンだろ！できるわけがない。」

テニスボールが2個積み重なるわけがないと思いながら私はボールで遊んでいました。

しばらくすると講師が言いました。

「はい！できましたよ。」

その講師の足元を見るとテニスボールが2個積み重なっていました。

「えっ！本当に出来るんだ！！」

その光景を見たときの衝撃は今でもよく覚えています。



出来ると分かった瞬間から私は真剣になりました。

そして、テニスボールを重ねる手に集中しました。

しばらくすると・・・。

「できた！」

そうです。私にもテニスボールを2個積み上げることができたのです。

人は「できない」と信じれば、実際にそれはできません。でも、「できる」と信じれば、できることもかなり多いのです。

人間の信念の力はスゴイ・・・ですね。

key
word

『聞き上手』

「あなたは聞き上手だ！」と、言われることがあります。
私が会話をする時に注意しているのは「目・口・身体」です。

まず、目です。以前は相手の目を見ながら話をするのが苦手でした。
ず〜っと見ていると、相手もこちらをじ〜っと見るので緊張しますね。
そんな時、私は相手のまばたきの回数を数えます。すると不思議なことに
相手の目を見ていてもあまり緊張せず、しかも柔らかな眼差しになるようです。



次に口。私は意識的に次のようにオウム返しをします。

(相手)「昨日、映画を見に行ったんだけどね。」

(私)「ほう、映画を見に行かれたのですか。」

(相手)「以前から、子供をアニメの映画に連れていく約束をしていたんだ。」

(私)「あーなるほど、アニメですか。」

(相手)「最初はバカにしていたんだけど、見ていたら泣いちゃったよ。」

(私)「え〜、泣いちゃったんですか。」

と、いったように相手の言葉を繰り返しながら会話を進めています。

そして、身体。私は時折、相手のジェスチャーをマネします。例えば相手が右手を上げて
「これくらいの高さがあるよ。」

と言ったなら、私は

「そんなに大きいのですか？」

と、言いながら左手を同じ高さに上げます。

私は会話中には適宜こういったことを行っています。「あなたは聞き上手だ！」と、言われることがありますが、それはこのようなことが影響しているのかもしれませんが、

チョット

break



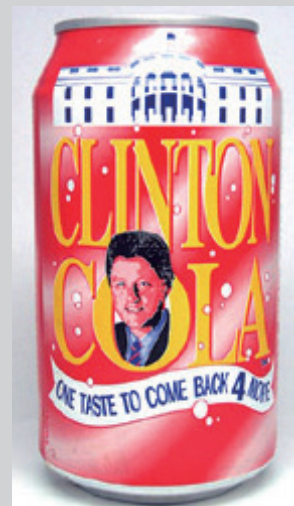
『大統領になれた理由』

仕事に役立つビジネスジョーク

1993年のアメリカ合衆国でのこと。
クリントン大統領がヒラリー夫人とドライブ中に
ガソリンスタンドに立ち寄った。

「ヒラリー、僕と結婚してよかったな！
今じゃ、君もファーストレディだぜ。
もし、あのスタンドマンと一緒にいたら、
せいぜい油屋の女将さんだ。」

「うるさいわね！私があのだスタンドマンと結婚していたら、
今は彼が大統領になっていたのよ！」



効く

チラシづくりに役立つ ワンポイントアドバイス

『こんな方におすすめです。』

私も自分のセールスサイトで「こんな方にオススメです。」
「次の項目に当てはまる方にオススメです。」
「こんな人に役立ちます。」といった表現を使っています。

「こんな方にオススメです。」とわざと「こんな方」という曖昧な表現を使い、その下に自社のターゲットが悩んでいるであろうことを列挙しておくのです。

例えば、下記のように列挙します。

☆こんな方にオススメです。

- ・売上が伸びずに困っている方
- ・コストをかけない販促ノウハウを知りたい方
- ・新規事業を検討中の方
- ・低予算で効果的な広告作成方法を知りたい方

しかも、なるべく多く列挙します。するとその項目を読んで「あっ、これは私のことだ」と思い、自身の問題として認識し始める人が出てくるのです。

通販カタログや通信講座のDMを見つけたら、目を通してみてください。
「こんな方にオススメです。」と書かれた項目を発見することが多いはずですよ。



●本記事は契約のうえ、ビジネス心理学講師・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」「売り上げが3倍上がる！販促のコツ48」の著者。日本全国で年間100回以上の講演の依頼を受ける人気講師としても活躍中。雑誌プレジデントやフジTVとくダネでも紹介されたビジネス心理学の達人。

編集後記

Appleが2016年第2四半期(2016年1月から3月)の決算を発表しました。初代iPhone以来、増加を続けてきたiPhoneの売上台数が大幅に減少し、事業全体の収益でも2003年以来初めて前年同期比を下回りました。2016年第2四半期の販売台数は5120万台で、これは前年同期が6120万台だったことから16%のダウン。発売以来、常に販売台数増を記録してきたiPhoneが、ついに前年同期比マイナスになっています。収益全体の7割近くを占める"ドル箱"の存在のiPhoneの不振が浮かび上がってきます。これは何を意味するのか・・・iPhoneの不振は、2015年9月に発売したiPhone 6sが、前モデルiPhone 6と変わり映えのしない期待はずれの内容だったことに加えて、アメリカに次ぐ巨大市場になった中国での販売が大きく落ち込んだことが原因とみられています。なお、Appleは中国を含む新興国市場でのiPhone販売を増やすために、iPhone SEを2016年3月31日に発売しましたが、2016年第2四半期決算は3月26日締めなので、iPhone SEの数字は今回の決算には含まれていません。Appleは依然として1兆円を超える四半期利益をたたき出すなど、盤石の収益構造を誇りますが、あまりにも高いハードルを市場から突きつけられているが故に、「iPhone神話の崩壊」は、市場関係者にはショッキングなものと受け止められているようです。



- 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。
- お問い合わせ
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。