

集客・広告・販促に役立つ酒井とし夫のビジネスレター

商売繁盛の素



こんにちは、酒井とし夫です。

本誌は私が今までお世話になった団体、企業、取引先のみなさんにお届けしている商売繁盛の情報が満載のニュースレターです。毎月、集客や広告、販促に役立つ情報を発信しますので集客増、売上アップにお役立て下さい。

■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

『開運』

世の中の景気が悪くなればなるほど開運モノやスピリチュアルモノへの興味が高まります。

右の写真のカエルもそのままでは単なる「アクセサリー」ですが「金箔入り 金かえる。使ったお金も金かえる。落としたお金も金かえる。いつも貴方のお財布に」というコピーが書かれており開運グッズになっています。こういった開運モノは一定の人気があり、お財布やバッグに入れておくとなんとなく「お金が貯まりそうな気」になります。



開運と言うのはお客さんの運気を上げたり、ラッキー度合いを上げてあげることだと考えると、商品はなんであれ、あなたも私も開運グッズを扱うことが出来ます。

例えば、ファンシーグッズの売り場に『今月のあなたのラッキーカラー！！』というPOPを置いてみてはどうでしょう。そして、そのPOPに近くに今月の運勢表やラッキーカラーを掲げ、コピーを書きます。
『<4月生まれのあなたの今月の運勢>どんな時でも明るいあなたの笑顔が好感度アップにつながります。そして、料理の手伝いをすると恋愛運が急上昇する月。ラッキーカラーはブルー、レッド。』・・・と書かれていれば、青や赤のハンカチやカップや小物を買う”理由”ができることになります。

単にハンカチを売るだけでなく「幸運を呼び込むハンカチ」とPOPに書いて黄色いハンカチを置いてもよいでしょう。

「金でふくらむ財布」とPOPに書いてラッピングを金色の紙で包んであげてもよいでしょう。

「運気が上がるDVD特集」とPOPに書いてハッピーエンドものの映画を数本パッケージにしてもよいでしょう。

カタログに「長寿の招くりフォーム」と書いておき、リフォーム工事の際に神主さんと呼んで長寿の祈禱を行なってもよいでしょう。

これらは付加価値を高めたり、競合と差別化できるサービスになります。

どんな人でも「ラッキー」「開運」「健康」「長寿」をきらう人はいません。

あなたの商品やサービスも工夫次第でお客さんのための開運グッズになります。

■酒井とし夫は小さな会社やお店、ネットshopを講演、書籍、寄稿、ビジネス教材で応援します。

☆著作『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書ける本』

☆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』☆日本全国で講演会も好評！



お問い合わせは

ファーストアドバンテージ株式会社

ブログ <http://ameblo.jp/admarketing/>

商売心理学

検索

メール

info@middleage.jp

TEL&FAX 025-562-2715

移動オフィス 090-1459-5739

〒949-0303 新潟県糸魚川市田海2886-1

集客・広告・販促に役立つ酒井とし夫のビジネスレター

商売繁盛の素



こんにちは、酒井とし夫です。

本誌は私が今までお世話になった団体、企業、取引先のみなさんにお届けしている商売繁盛の情報が満載のニュースレターです。毎月、集客や広告、販促に役立つ情報を発信しますので集客増、売上アップにお役立て下さい。

■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

『試してみてもいいか？』

ラジオを聴いていたら「この商品を試してしてみてもいいか？」という言葉が聞こえてきました。

旅行会社のサイトには行楽地の写真の横に「今週末に出かけてみるのもいいか？」と書かれていました。

これらは「是非、お試し下さい。」とか「是非、お出かけください。」といった強く押し付ける表現ではなく、「**意思決定を相手に委ねる**」表現になっています。



「意思決定を相手に委ねる」ことに関して次のような心理学実験があります。

ある大学の学生に一人の非行少年の話をしてもらいます。少年の名前はジョニー。ジョニーは第二級殺人の罪を犯したのですが、大学生にその少年の刑期を決めさせます。弁護士がジョニーを弁護しますが、あるグループの大学生には次のように言います。「ジョニーはとても温和な少年です。」つまり、弁護士がジョニーの性格を強く断定するわけです。

別のグループの大学生には次のように言います。「ジョニーは温和な少年だと思いませんか？」

こちらは質問形を用いてジョニーの性格の判断を学生に委ねています。

この実験では後者のグループの方がジョニーに対して短い刑期を下す傾向が見られたのです。この実験を行ったジルマンという研究者によると質問形の言葉はその決定を相手に委ねることになり、相手を良い気分にする傾向があるのだそうです。・・・ということは、あなたも時にはお客さんに決定を委ねるセールストークを使ってみると効果的、ということになります。

「これは良い商品です！」ではなく「これは良い商品だと思いませんか？」と相手に結論を委ねる。「コスト削減に役立ちます！」ではなく「コスト削減に役立つとは思いませんか？」と相手に結論を委ねる。そうすると、相手は押し付けがましい圧力を感じないばかりか、そのような柔らかい表現で結論を委ねられると、自らその商品の良い点や効果を探し出そうとする力が働くようになるわけです。

■酒井とし夫は小さな会社やお店、ネット shop を講演、書籍、寄稿、ビジネス教材で応援します。

☆著作『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書ける本』

☆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』☆日本全国で講演会も好評！



お問い合わせは

ファーストアドバンテージ株式会社

ブログ <http://ameblo.jp/admarketing/>

商売心理学

検索

メール info@middleage.jp

TEL&FAX 025-562-2715

移動オフィス 090-1459-5739

〒949-0303 新潟県糸魚川市田海2886-1

集客・広告・販促に役立つ酒井とし夫のビジネスレター

商売繁盛の素



こんにちは、酒井とし夫です。

本誌は私が今までお世話になった団体、企業、取引先のみなさんにお届けしている商売繁盛の情報が満載のニュースレターです。毎月、集客や広告、販促に役立つ情報を発信しますので集客増、売上アップにお役立て下さい。

■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

『返信を促すコピー』

広告マンのバイブルともいえる「ザ・コピーライティング」(ジョン・ケープルズ著ダイヤモンド社)には次のようなことが書かれています。

「もし広告をテストする方法はないが、人々を店へ買いに行くよう仕向ける広告を作らなければならないのであれば、それにかかる費用のためにも、そして自社のためにも、可能なら何らかの『返信を促すコピー』を広告に入れるべきだ。」



つまり、チラシやDMの効果を知りたいのであれば『返信を促すコピーを含めるべきだ』ということです。

これはどういうことかということ、あなたが作るチラシやDMには

- 「〇月〇日に本券をご持参のうえご来店ください。」
- 「無料プレゼントにご応募ください。締め切りは〇日です。」
- 「ご来店の際には右下のクーポンをご持参ください。」

といったようにその広告物の反応を計測できるようなコピーを必ず含めなさいということです。

そのチラシやDMを持参して来店した人の数や応募してきた数を計測すれば、「そのチラシをお客さんは本当に見ているのか?」「そのDMにはお客さんを行動に促す効果があったのか?」が分かるわけです。

広告の制作会社や代理店、媒体各社、印刷会社、SP会社は

- 「広告はブランドイメージを高めるものだから効果は測定できません。」
- と言いますが、それは反応の低さを隠すための方便であることが多々あります。

だから、自社にとっての「売れるコピー」や「反応の高い広告」を作るもっとも確実な方法は毎回の広告出稿の度に「計測」できるコピーを含めて、「売れるコピー」や「反応の高い広告」「お客さんを動かす効果のある表現」を少しずつ築き上げていくことです。

「自社や自店にとっての良い広告(=売れる広告、お客さんを動かす広告)」とは計測を通してコツコツとあなたが作り上げるものです。



■酒井とし夫は小さな会社やお店、ネット shop を講演、書籍、寄稿、ビジネス教材で応援します。
 ☆著作『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書ける本』
 ☆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』☆日本全国で講演会も好評!

お問い合わせは

ファーストアドバンテージ株式会社

ブログ <http://ameblo.jp/admarketing/>

商売心理学

検索

メール info@middleage.jp

TEL&FAX 025-562-2715 移動オフィス 090-1459-5739

〒949-0303 新潟県糸魚川市田海2886-1

集客・広告・販促に役立つ酒井とし夫のビジネスレター

商売繁盛の素



こんにちは、酒井とし夫です。

本誌は私が今までお世話になった団体、企業、取引先のみなさんにお届けしている商売繁盛の情報が満載のニュースレターです。毎月、集客や広告、販促に役立つ情報を発信しますので集客増、売上アップにお役立て下さい。

■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

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2本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。

■『寝る前30分の魔法』

広告コピーを注意して見ていると「寝る前の〇分」「就寝前の〇分で」「眠っている間に」という言葉をよく目にします。きっと忙しい毎日の中で自分のために作ることができる時間帯は「寝る前の数分」という人が多いのでしょうか。



それならば「5分間ダイエット」より「寝る前の5分間ダイエット」の方が興味を抱く人が多いかもしれません。「簡単ストレッチ」より「寝る前にできる簡単ストレッチ」の方が多くの読み手の興味を引く可能性が高くなります。

さて、あなたの商品やサービスには「寝る前の・・・」という接頭語を付けることはできないでしょうか？

■『〇〇満足度98.8%』

広告コピーで使う数字は**端数**、**具体的な数字**であることが大切です。

- 「たくさんの方にご利用頂いています」とか「お得です。」といった表現ではなく、
- 「売上本数 5,767万本」
- 「通常価格でのご購入より 1,220円もお得」
- 「発売3ヶ月で163万個突破」
- 「ご請求された先着1万名様に7日分お試しプレゼント 5月25日まで」

というようにコピーに端数や具体的な数字を入れると説得力のある表現が可能になります。

■酒井とし夫は小さな会社やお店、ネットshopを講演、書籍、寄稿、ビジネス教材で応援します。
☆著作『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書ける本』
☆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』☆日本全国で講演会も好評！



お問い合わせは

ファーストアドバンテージ株式会社

ブログ <http://ameblo.jp/admarketing/>

商売心理学

検索

メール info@middleage.jp

TEL&FAX 025-562-2715 移動オフィス 090-1459-5739

〒949-0303 新潟県糸魚川市田海2886-1

集客・広告・販促に役立つ酒井とし夫の活動レポート

最近の酒井とし夫は こんなことをしています！！



こんにちは、酒井とし夫です。

1月は新潟→岡山→八戸→岩手→大宮→神津島とあちこちを飛び回っていました。出張から帰ると大雪でせつせと屋根の雪下ろし・・・と、忙しく充実した月となりました。最近の私の活動状況を少し報告させていただきます。

■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

■ 上場企業中部飼料株式会社さんで講演をさせていただきました。

国内6ヶ所に飼料工場を持ち、全国に優れた飼料製品を提供し続けている中部飼料株式会社さんの岡山工場（1/14）、八戸工場（1/21）での新年お得意様懇談会で基調講演をさせていただきました。

テーマは「**短所が長所・長所が短所～病院のベッドで分かった失敗と成功の要因～**」。各会場でご好評を頂き3月度に本社での営業研修講演もさせて頂くことになりました。



八戸グランドホテル

■ 岩手県久慈市で講演をさせていただきました。

1月24日に岩手県のジョブカフェ久慈さんにお招きを頂き、「**小さな会社やお店が9つの心理学テクニックを広告や販促に取り入れて売上をぐんぐんのぼす！心理マーケティング**」のテーマで講演をさせていただきました。

熱心なご参加者の皆さんで場内は熱気ムンムン！！でした。空気投げで有名な柔道家三船10段記念館も訪問させていただきました。



ホテルグランヴィア岡山

■ 神津島村商工会さんで講演をさせていただきました。

1月27日に神津島村商工会さんにお招きを頂き、「**商売繁盛 IT 活用講座 初心者にも分かる！ツイッター入門～小さな会社やお店のツイッター、ブログ、サイト、メルマガの戦略的な使い方～**」のテーマで講演をさせていただきました。

調布飛行場から見えた富士山と神津島の海岸線は感動するほど綺麗な眺めでした。島の特産品や手作りの陶器をプレゼントして頂き感涙！



ジョブカフェ久慈



神津島村商工会

■ **日本全国で好評！！酒井とし夫の商売繁盛講演会**

酒井とし夫の講演会「お金をかけずに売上を伸ばす7つのノウハウ」「商売繁盛心理学」「売れるキャッシュコピーの書き方」「ツイッター・ブログで商売繁盛」他のお問い合わせは下記までお気軽にどうぞ。



お問い合わせは

ファーストアドバンテージ株式会社

ブログ <http://ameblo.jp/admarketing/>

商売心理学

検索

メール info@middleage.jp

TEL&FAX 025-562-2715 移動オフィス 090-1459-5739

〒949-0303 新潟県糸魚川市田海2886-1