

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

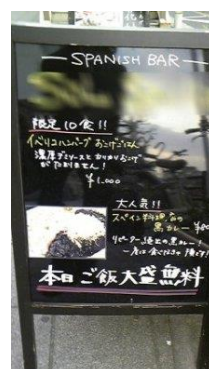


こんにちは、酒井とし夫です。東日本大震災による被害にあわれた皆さまに心よりお見舞いを申し上げます。被災地以外に住む商売人とビジネスマンは率先して日本経済を引っ張りましょう。そして、得た利益を被災地復興の為に役立てましょう。必ず復興できる。頑張ろう日本。

## ■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

### 『業界では当たり前のこと』

右の写真はあるお店の店頭に出ている看板です。『本日ご飯大盛無料』と書いてあります。ご飯のお代わりや大盛りが無料って飲食店では「当たり前のこと」だけどそれをメインに訴求しているところは少ないです。



数ヶ月前のこと、ある養豚業者さんの資料を読んでいたら次のようなことが書かれていました。

「私たちの農場では豚舎に入る車は全て消毒しています。また、豚舎に出入りする人は全員長靴を消毒してから入ります。徹底的に衛生管理にこだわって大切に育てた豚です。」

これを読んだ時、「徹底しているんだな。それなら安心。」と思いました。でも、後日、企業の方にお話を伺うとその程度の衛生管理はどこでもやっている業界では「当たり前のこと」なのだそうです。

業界では「当たり前のこと」だけど、それを営業・広告活動で「訴求している」あるいは「表現している」会社やお店は意外に少ないものです。

『広告マーケティング 21 の原則』の著者であるクロード・ホプキンスは、クライアントだったビール会社の「ある点」を広告の訴求ポイントにすることで、その会社をシェア 1 位の会社にしたことがあるそうです。その「ある点」とは何だと思いますか？

ビールの美味さ？コク？キレ？アルコール度数？・・・違います。

「当社ではビールの製造工程をいかに清潔に保っているか」と言う点を訴求ポイントにしたのです。

「製造工程を清潔に保つ」という、この訴求ポイントは他のビール会社でもやっている「業界では当たり前のこと」です。そのビール会社と他のビール会社との違いはその会社だけが「業界」で「当たり前」のことを大々的に前面に出して訴求したということです。

「業界では当たり前のこと」であっても、他社や他店に先駆けて訴求する、このこと自体が「差別化要因」にもなります。

■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](mailto: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。東日本大震災による被害にあわれた皆さまに心よりお見舞いを申し上げます。被災地以外に住む商売人とビジネスマンは率先して日本経済を引っ張りましょう。そして、得た利益を被災地復興の為に役立てましょう。必ず復興できる。頑張ろう日本。

## ■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

### 『説得がうまい人の話し方』

今日は説得がうまい人の話し方である「**そもそも話法**」のお話をします。例えばあなたが次のAとBの両者からデザインプレゼンを受けたとしたらどちらに仕事を発注するでしょうか。

#### (デザイナーA)

デザイナーA 「今回はこのA案のデザインがオススメです。」  
クライアント 「どうして？」  
デザイナーA 「だって、かっちょいいでしょ。」



#### (デザイナーB)

デザイナーB 「今回はこのA案のデザインがオススメです。」  
クライアント 「何で？」  
デザイナーB 「**そもそも**今回のターゲットはネットショッピングが好きな20代の女性ですよ。」  
クライアント 「うん、そうだ。」  
デザイナーB 「ところで、楽天のギフト人気ランキング1位はティファニーのティアドロップです。」  
クライアント 「へえ。そうなんだ。」  
デザイナーB 「だとするならば今回の表紙でこのアクセサリーを見せるのは効果的なデザインだと考えたのです。」

どうでしょう？きっと、Bの方が「採用しやすい」はずです。実はBのプレゼンは次の順序で話を展開しています。

(1) **そもそも**／ルール → (2) **ところで**／事実 → (3) **だとするならば**／結論

これを「**そもそも話法**」と言います。「どうも自分は交渉やプレゼンの席でイマイチ説得力に欠ける」・・・そんな悩みを持っている方はこの話法を使ってみてください。説得力がアップしますよ。

■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](mailto: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。東日本大震災による被害にあわれた皆さまに心よりお見舞いを申し上げます。被災地以外に住む商売人とビジネスマンは率先して日本経済を引っ張りましょう。そして、得た利益を被災地復興の為に役立てましょう。必ず復興できる。頑張ろう日本。

## ■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。

### ■『業務用〇〇いいところ取りセット

#### テレビで大ヒット 〇〇洗剤部門 No.1 カタログ初登場！』

このキャッチコピーは家にあった家庭用通販カタログの背表紙で見かけました。

何気なく居間におかれていたカタログでしたが一瞬「おっ！なんだ？」と眼を引かれました。よく読むとたしかに上手に作られています。



「業務用」という言葉はプロが使っている、あるいは専門家が使っているというイメージが湧く言葉です。

「いいところ取り」という言葉はオトクな感じがします。

「テレビで大ヒット」は流行っている感じを受けます。権威効果です。

「No.1」は商品の信頼性につながります。限定条件下の事実という心理テクニックです。

「初登場」という言葉もキャッチコピーでよく使用されますが読み手の興味を引く強い言葉の一つです。

「業務用お惣菜のいいところ取りセット 口コミで評判です。当店の先月の人気 No.1 チラシ掲載初登場 先着 50名様限りです。」  
といった応用ができます。

やはり、眼を引くキャッチコピーコピーには理由があります。

■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](mailto: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。東日本大震災による被害にあわれた皆さまに心よりお見舞いを申し上げます。被災地以外に住む商売人とビジネスマンは率先して日本経済を引っ張りましょう。そして、得た利益を被災地復興の為に役立てましょう。必ず復興できる。頑張ろう日本。

### ■最近の酒井とし夫はこんな活動をしています。

#### ■富山ICTネット様研修会で講演をさせていただきました。

平成23年5月19日に富山県のICTネット様の研修会で講演をさせていただきました。場所は富山県民会館。

富山の不動産業界の精鋭が集結した熱い！講演会となりました。

講演テーマは『明日からでも不動産営業に応用出来る！！商売繁盛心理学』です。講演後には懇親会にもお招き頂き、いろいろと業界話を聞くことができました。ありがとうございました。



#### ■南都ジュニアクラブ様勉強会で講演をさせていただきました。

平成23年5月27日に奈良県の南都ジュニアクラブ様の勉強会で講演をさせていただきました。場所は近鉄桜井駅前の桜井まほろばセンター。講演テーマは『小さな会社やお店の心理マーケティング』。

夜の開催にも関わらず主催者様のPRのおかげで大勢の方にご参加を頂きました。懇親会では関西地区のマーケット特性のお話を伺うことができました。ありがとうございました。



#### ■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」「短所が長所・長所が短所・病院のベッドで分かった成功と失敗の要因」、「POP作成入門」「売れるキャッチコピーの書き方」「ツイッター・ブログで商売繁盛」他のお問合せ詳細は下記ブログの左サイドバーにある『酒井とし夫の商売繁盛講演会の詳細』をクリックしてください。

ブログ => <http://ameblo.jp/admarketing/>

※Googleで「商売心理学」と検索すると上記ブログが検索結果の一番上に表示されます。



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](mailto: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