

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

『命令と質問』

私は自宅で母親を介護していますが、忙しいとつい命令口調になってしまいます。

(私)「はい、これで台を拭いて。」 → (母)「・・・」
(私)「寝る前に歯は磨いてよ。」 → (母)「・・・面倒！」



これが何度も続くと徐々に母もへそを曲げ始め、がんこになっていきます。一方、家内と母の会話は次のような感じになります。

(家内)「こっちの服が涼しくていいと思わない？」 → (母)「そうだね。涼しげだね。」

(家内)「すり鉢でゴマを擦るれるかな？」 → (母)「うん、大丈夫。」

といった具合に母も従順です。さて、この違いはどこからくるのでしょうか？

・・・もしかしたら、この差は**話法の違い**からくるのかもしれません。

例えば「静かにしろ。」「静かにしてくれ。」「静かにして欲しい。」「・・・これは命令話法です。

では、次の言葉はどうでしょう？

「もう少し静かにできますか?」「少し声を落としてもらうことはできますか?」

このように言われると命令的な感じがやわらぎ、受け入れやすくなりませんか？

これは**挿入命令**と呼ばれる話法です。挿入命令話法は実は「静かにしろ」と命令しているのと同じなのですが、命令を質問型にしているのです。これが挿入命令話法の特徴です。

商売やビジネスでも気難しいお客さんや交渉が困難な相手にはこの挿入命令話法は応用できますね。

「ご試着ください。」ではなく「お試しになられてはいかがですか?」。

「ご検討ください。」ではなく「来週までに前向きに採用のご検討をいただけますか?」といったように質問形のオブラートに要求や命令を含めるのです。

相手は「命令された」という強制的な感じを抱かずに、「試着する」「検討する」ということを受け入れやすくなります。



■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。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

『物語と3人の説得』

私の知人が青年会議所の会員獲得に大きな成果を上げました。彼の会員獲得戦略の核は「物語」と「3人で説得」というものでした。

彼は青年会議所の会長一人の人生に焦点を当てた物語風のカatalogを作成しました。Catalogには会長が学生時代にスポーツに打ち込んだことから地元で家業を手伝うようになったこと、青年会議所との出会い、最初は会議所の活動にあまり乗り気ではなかったこと、しかし活動を続けるうちに仲間ができ、やりがい生まれ、今では充実した人生と商売活動を行っていることを物語でまとめたものです。



そして、この冊子を配布しながら、興味を持った人が現れたら必ず「3人一組」で説明に行き熱心に説得をしたそうです。そして、彼はこの活動を通して過去最多の会員を獲得することに成功したのです。

実は「物語」で興味を引き、「3人で説得」というのは心理学的にも効果的な訴求、説得方法です。人は理論と説得は嫌いですが、物語（ストーリー）は好きです。そのため起業家の創業苦労話や成功者のドン底から立ち直った話に興味を持ちます。「当社の経営理念は・・・」という杓子定規な話より、「実は数年前、当社は倒産の危機にあったのです。そこから立ち直れたのには一人のお客様との出会いがあったのです。そのお客様とは・・・。」といった物語に興味を持ちます。

また、人は3対1または4対1で説得すると最も効果的な説得ができるということは、心理学の実験でも証明されています。（変な話ですが新興宗教の勧誘等ではこの人数で説得されます。）

そのため、あなたの会社やお店でも堅苦しい会社案内やスタッフ紹介資料とは別に「物語風」の会社案内やスタッフのプロフィール資料を作成して、お客さんに配布してみましょう。きっと、あなたの会社やお店、そしてスタッフのファンが増えるはずです。

また、大事な交渉ごとやプレゼンは必ず3人以上（相手方の3倍）で席に臨むようにしましょう。先方からの承諾、許諾、許可を取りやすくなるはずです。



■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ライター

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。

■『剣道八段、パリ在住三十九年の大型新人による衝撃作！』

これは新聞の書籍広告欄で見つけたコピーです。

「えっ、何なに？これ」とわけも分からず目が引き付けられました。剣道八段とパリがマッチしていないし、大型と新人もどちらかという対照的な言葉です。書籍の内容は全く分かりませんが強く興味を引かれたことは事実です。こんな言葉の組み合わせで読み手の興味を引き付けることができるのですね。



「切手収集歴47年、地元Uターンで転職して38年。

神経質で気むずかしい工場長が徹底的にこだわった究極の洗顔せっけんが完成！」

・・・といった感じで応用すると面白いですね。

■『老けて見えるのは〇〇のせい？』

これも応用範囲の広いコピーパターンです。

「老けて見えるのは髪のせい？」というキャッチコピーから育毛剤、ウィッグ、あるいは理容・美容室の広告につなげることができます。

「老けて見えるのは目じりのせい？」というキャッチコピーからは化粧水、マッサージ、美容整形の広告につなげることができます。

「老けて見えるのは体型のせい？」というキャッチコピーからは衣類、補正下着、アスレチッククラブの広告につなげることができます。

ターゲットの悩みである「老化」に焦点を当てているので、ターゲット層で老いを気にしている人には訴求効果のあるキャッチコピーになります。

■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。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。

■常陸大宮市商工会様で講演をさせていただきました。

平成平成 23年 6月 9日に茨城県常陸大宮市商工会様で講演をさせていただきました。講演テーマは『低予算で売上げ直結！7つの集客・販促術』です。

常陸大宮市も震災被害にみまわれた地ですが、ご参加の皆さんの街を復興するのだ！日本の景気を盛り上げるのだ！という熱意の中での講演となりました。主催者様からは「ベスト3に入る講師」との評価を頂きました。ご参加のみなさん、ありがとうございました。



■上越市くびき野NPOサポートセンター様で講演をさせていただきました。

平成 23年 6月 15日に新潟県上越市のくびの野NPOサポートセンター様の研修会で講演をさせていただきました。

講演テーマは『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 ～』です。

上越市は私が高校時代を過ごした街で、第二の故郷というべき地。20代から70代の幅広い年齢層の方に温かく迎えて頂き、みなさんに熱心に聴講して頂きました。「やる気がでた！」との声を頂き、私もとても嬉しかったです！です。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有限公司

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