

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

『合格祈願』

クリスマス、お正月と楽しいイベントが間近に迫ってきましたが、この時期あまり浮かれていられないのが受験生。受験は家庭の親子にとっては人生の大きなイベントの一つ。Benesse 教育情報サイト調べによると「合格グッズを買ったことがある保護者は7割」なのだそう。ということは毎年、このシーズンはあなたの会社やお店も合格を切り口にしたサービスや商品、特典を作ると非常に注目率が高いことになります。「ウチは神社じゃないんだから、合格を切り口にした商品なんか無いよ！」という方のためにいくつか見本をご紹介します j。

右の上の写真は昨年の受験シーズンに地元のスーパーで見つけたお弁当です。なぜ、「合格」なのか？金糸卵と桜でんぶをまぶしてあるので「桜咲く」という切り口です。

値段も555円でGOGOGO!です。



下の写真はあるお箸の専門店で販売している合格祈願箸です。なぜ、「合格」なのか？実はこのお箸は五角形（の断面）のお箸だから。五角=合格です。



また、写真は掲載できないのですが合格鉛筆も見たことがあります。なぜ、「合格」なのかというと鉛筆が金色なのです。

合格タオルも見たことがあります。地に桜の花びらをあしらっているのです。合格コーヒーも見たことがあります。深夜勉強時にこのコーヒーを飲むわけ。合格祈願

飴もありました。試験前に舐めて血糖値をあげて頭の回転を良くするのだそうです。合格軍手も見たことがあります。手の部分にイボイボがついているので「すべらない」のです。

まあ、すべて駄洒落やちょっと視点を変えることによって「合格」に結び付けているわけです。

どうしても自社商品に「合格の切り口」を見つけることができなければこの時期の成約者、来店者、資料請求者には「合格軍手」をプレゼントしても良いわけです。合格飴をひとつプレゼントしても良いわけです。毎年、かならず「受験シーズン」はやってくるのですから、頭を柔らかくする意味でもスタッフと一緒に「自社商品の販促に受験を結び付けることができないか？」と話し合ってみてはいかがでしょうか？

■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

『部門第1位』

「私は会社の部門第1位の売上げを記録したことがあります。」
と言われるとあなたは相手にどんな印象を持ちますか？
もの凄いやり手のエリートサラリーマンに感じませんか。



でも、実はその人のその会社には30以上の部署があり、彼は売上げ実績最下位の部門内での売上げ第1位で、しかもその売上げは身内の関連会社からの期末調整のため棚ボタ式にもたらされた売上げであったとしたら、どうでしょう。印象はずいぶん違ってきますよね。

でも「部門1位の売上げをたたき出した会社員！」という表現は嘘ではなく事実です。この場合には「その部署」においてはNo.1の売上げたことには間違いのないのです。こういった特定の条件の下での事実のことを「**限定条件下の事実**」と言います。

これは書籍や映画の広告で良く使われる表現です。

「〇〇書店10月度売上げNo.1の本」「アマゾン ビジネス書部門で1位を獲得した本」「公開後3週間の売上げ歴代1位の映画」「20代の女性が選ぶNo.1（読者50人の電話調査）」などというのも全て「限定条件下での事実」を利用しています。自動販売機の特定のメニューボタンに「売れ筋 No.1」というシールが貼ってあるのも、飲食店で「当店の一番人気メニュー！」と書かれたお品書きが壁に貼ってあるのも「限定条件下での事実」です。

人間は「No.1」とか「ベスト1」という表現を聞いただけで反射的にプラスのイメージを持ちます。「全社内売上げ30位！」より、「部門1位！」の方がインパクトがあるのです。

ビジネスでこれを応用すると広告物には「最も売れ筋です！」「当店の売れ筋商品No.1」「先週のオーダー ベスト1」「店長が薦めるNo.1」「よく売れています！」「当店人気アンケートNo.1」といった表現で、「限定条件下の事実」を表現し、商品やサービスの「凄さ」を感じてもらおうと効果的だということになります。

■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。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。

■『〇〇に関する驚くべき事実。』

次の2つのキャッチコピーではどちらの方が訴求力がありますか？



- 「定年後の生活費に関する事実。」
- 「定年後の生活費に関する驚くべき事実。」

後者のコピーには“驚くべき”という言葉が含まれていますが、この言葉の有無だけで訴求力には違いが出てくることにお分かり頂けると思います。

「30代後半での結婚に関する事実」より「30代後半での結婚に関する事実」のコピーの方がインパクトがありますよね。“驚くべき”というたった一言がコピーに訴求力をもたらします。

■『〇〇のお客さまだけの特別価格でご提供いたします。』

「あなただから特別に話しますが・・・」「あなただけを特別に招待しますね。」といったように人は「特別扱い」されるとやはり嬉しいものです。

だから、自社リストにDMを送付するような場合にもこういったひと言がコピーには欲しいですね。単に「お客さま価格」とか「優待価格」といった表現ではなく「今までに当店をご利用頂いたお客さまだけの特別な価格です。」ということをちゃんとコピーで表現した方が良いです。

「あなただけ」という言葉で特別な扱いであることを表現し、さらに期間の限定や個数の限定で希少性を打ち出すと効果的なキャッチコピーとなります。

■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 こんな活動をしています！！



こんにちわ、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。

■北海道米穀小売商業組合様で講演をさせていただきました。

平成23年10月02日に北海道米穀小売商業組合役員研修会にて講演をさせていただきました。テーマは「心理マーケティング」。
ご参加の皆さん、熱心に聴講頂き誠にありがとうございました。

講演前には一年ぶりの札幌の街を散策し、時計台、大通公園、北海道庁旧本庁舎、そして羊ヶ丘展望台で念願だったクラーク博士にもお会いすることができました。



■対馬市商工会様で講演をさせていただきました。

平成23年10月12日に長崎県対馬市商工会・上県支所様で講演をさせていただきました。テーマは「文才が無くても書ける！売れるPOPの書き方」。講義と実習を交えて時間内にPOPコピーを作成して頂きましたがご参加の皆さんのおかげで素晴らしい作品がたくさん完成しました。ありがとうございました。



講演の合間に連れて行った頂いた烏帽子岳展望台から見た海に浮かぶ100あまりの島々の絶景に感動！！しました。



◆北海道から九州まで！全国で好評の酒井とし夫の講演テーマ

- ①『お金をかけずに売上げを伸ばす！7つの広告宣伝・販促ノウハウ』
- ②『心理マーケティング～心理学を取り入れて売上げをぐんぐん伸ばす方法～』
- ③『10倍売れるキャッチコピーと広告文章がスラスラ書けるセミナー』
- ④『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～』
- ⑤『田んぼの真ん中に住みながらインターネットで稼ぐ方法』
- ⑥『会社やお店のコーポレートスローガンを作ってピカピカに輝く会社になろう！』
- ⑦『文才が無くても書ける！売れるPOPコピーの書き方入門』 他



酒井とし夫の商売繁盛講演会チラシ・DVD・資料を無料でお届けしています。
ご希望の方は下記宛にお申し出ください。3日以内にお届けします。

【最新ニュース】酒井とし夫の新刊本が2012年1月末店頭販売開始予定です！

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

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