

集客・広告・販促に役立つ酒井とし夫のビジネスレーター

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

『連合の原理』

モーターショーでは新型自動車の横には必ず美人コンパニオンが笑顔で立っています。健康ドリンクのCMではドリンクを握り締めたマッチョマンが上腕二頭筋を膨らましています。



しかし実際には自動車という商品と美人コンパニオンの間には何の関連性もありません。彼女が開発したわけでもないし、彼女が付いてくるわけでもありません。彼女と自動車は全く別物なのです。また、健康ドリンクのマッチョマンはそのドリンクを飲んだおかげでマッチョマンになったわけではなく、そのドリンクを飲んで力こぶができたわけでもありません。もちろん彼が商品開発担当者でもありません。でも、人間はこういった無関係な別々のものを無意識に結びつけてしまうのです。

心理学的の実験では、男性を対象に「自動車だけが写っている広告」と「魅力的な女性モデルと自動車が写っている広告」を見せた場合、後者の広告を見た男性のほうが、その自動車を高く評価することが確認されています。当然、ひ弱な身体が健康ドリンクを持っている広告とマッチョマンが持っている広告では受け取るイメージは大きく異なるはずですが、このような人間の性質を**連合の原理**と言います。

あなたがこの原理をビジネスで応用する際のポイントは「自分が人からこう見てほしいと思っている自分のイメージと結びつくモノを意図的に使用する。」ということです。つまりあなたが人から優しく親切な人だと思われることがビジネス上のメリットを生むのであれば、あなたは「優しさ」や「親切」を人に連想させるような写真、キャラクター、色、モノを利用するということです。

例えばDMやホームページに掲載する社長の写真を掲載する時でも、次のようなシチュエーションで撮影するとイメージはずいぶん異なるはずですが、

- ・チワワと一緒に写っている写真
- ・ドーベルマンと一緒に写っている写真
- ・沢山の経済書が並ぶ本棚の前で撮った写真
- ・登山の山頂で撮った写真

それぞれの写真を見た人は社長に対してどんなイメージを持つのでしょうか？こんなちょっとしたことで人間はその人物とイメージを無意識に結び付けて記憶するのです。

■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。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

『2・8 5・8の法則』

営業の法則で2・8 5・8の法則（にっぽちごっぽちのほうそく）って知ってますか？
これはお客さんへの訪問回数2回以内で「この客さんは見込みが無い」と営業をあきらめる人の割合が全体の8割いるということ。
そして、お客さんの元へ5回以上通った営業マンが全契約数の8割を獲得する、というものです。

重要なのは「質」じゃないんですね。肝は「数」。

「ツイッターやってるけど成果があがりません。」
「チラシを折り込んでみましたが反応がありません。」
「お客さんに手紙書いているけれど成果がでてきません。」
「ブログを始めましたけれど全然集客できません。」
「無料体験会を実施しましたが売上につながりません。」
・・・といった声を聞いて
「どれくらいやっていますか？」



と問うと大抵ツイッターで1日に2、3回ツイートして、また2ヶ月しかやってなかったり、お客さんに手紙を書いてまだ3回めだったり、ブログを開設して記事の投稿数が10本程度だったり、無料体験会を数回開催しただけだということがほとんどです。

それでは結果は出ません。

2、3回やって効果が出るくらいなら商売人やビジネスマンは楽なものです。

より「多くの相手」に、より「多くの回数」を、より「長く」投入しなくては結果は出ません。

「質」で勝負できるのは天才だけ。私を含めて並みの能力の持ち主は競合以上の「数」を投入しなくては、競合には勝てません。

逆に言うと競合より多くの営業回数、訪問回数、接触回数をより長く継続できれば「天才」には勝てる可能性が高い、ということです。

中小企業は悩んでいる暇に「数」を投入することです。



■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』他
☆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。

■『話題の〇〇で、家計大助かり』

「話題の」「人気の」「流行の」といった言葉はその商品やサービスが多くの人に支持されているといった印象を与えます。



昨日もラジオショッピングでこんな説明が流れていました。

「お電話がつながりにくい場合にはあきらめずにおかけなおしてください。」

しかし、この説明がなされた時点では電話番号の紹介はまだされていませんでした。

だからその時点ではまだ電話がたくさんかかってくるかどうかは分からないはずですが、

「お電話がつながりにくい場合にはあきらめずにおかけなおしてください。」

と言うことでその商品が多くの人に支持されているという印象を与えることができるわけです。

■『〇〇の作成研究会』

さて、あなたなら次のセミナーのどちらに参加しますか？

「初めての育児 無料セミナー /主催：ベビー用品販売株式会社」

「初めての育児 無料セミナー /主催：子育て応援サークル」

おそらく後者ですよ。前者だセミナー後には「何か売りつけられそう」な気がします。

サークル、研究会、勉強会といった組織名称を使っただけでもコピーの印象は大きく変わります。広告コピーでは社名よりも屋号や団体名の方が訴求効果があるものです。



■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』他

☆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。

■新潟県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11月13日に新潟県米穀小売商業組合様で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』。

■東京都商工会青年部連合会様で講演をさせていただきました。

平成23年11月18日に東京都商工会青年部連合会様で講演をさせていただきました。テーマは『お金をかけずに売上を伸ばす！7つの広告宣伝・販促ノウハウ』。

■加藤会計事務所様で講演をさせていただきました。

平成23年11月22日に加藤会計事務所様で講演をさせていただきました。テーマは『200人の人前でもあがらずに話す法』。

■イングロ農材株式会社様で講演をさせていただきました。

平成23年12月15日にイングロ農材株式会社様で講演をさせていただきました。テーマは『小さな会社やお店の心理マーケティング&売れるPOPの書き方』。

■中部飼料株式会社様で講演をさせていただきました。

平成24年01月18日に中部飼料株式会社名古屋工場様で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～』。



主催者の皆さん、ご参加のみなさん、ありがと～ございます！！

◆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』
- ⑧『200人の人前でもあがらずに話す法』

酒井とし夫の商売繁盛講演会チラシ・DVD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。

☆酒井とし夫の新刊本が2012年1月25日店頭販売開始！！ → → →



**3倍売上げが
販促のコツ48！**

効果が出やすい
予算ゼロでも
売上げが
出る

酒井とし夫

ツイッター・ブログ・ホームページ
活用法一挙公開！

本書がなくても、知識がなくても、実践がなくても、売上げが伸びる方法が、酒井とし夫のノウハウです。でも、それはほんの一部です。

お問い合わせは

ファーストアドバンテージ有限会社

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