

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

『社会的手抜き』

『社会的手抜き』という心理学用語があります。これは人は集団になると「自分がやらなくてもいいや」とか「これだけ人数がいるのだから自分は手を抜いてもいいだろう」という意識を持ちやすいという理論です。

実際に「綱引き実験」という実験がなされたことがあります。その実験によると次のことが報告されています。

- ・綱を2人で引く場合には筋力の93%を発揮する。
- ・綱を3人で引く場合には筋力の85%を発揮する。
- ・綱を8人で引く場合には筋力の49%を発揮する。



つまり、人数が少ないときほど一人の人間は大きな力を発揮し、多くなればなるほど手抜きが発生する、ということです。

だから、変な例ですがもしあなたが人通りの多いところで気分が悪くなり倒れた場合には、「人が多いゆえに、誰からも助けられない確率」が高くなります。実際に救急救命活動の講義や実技を経験された方はお分かりになると思いますが、誰かに助けを求める時には「そちらのあなた！手を貸してください。」と明確に「個人を指定する」ことを教えられます。

人は集団になればなるほど「自分のことである」「自分の問題である」「自分に関係する出来事である」と明確に意識させないと、力も実力も行動も発揮されないのです。

だから、広告でも「みなさ～ん！お得ですよ。」と集団に対して漠然と訴求してもあまり反応がないわけです。こう訴求されても「人ごと」にしか思えないのです。そのため救急救命活動で「そのあなた！」と呼びかけるように

「40代独身男性のための○○」

「都内で働く30代女性のための○○」

といった特定の層に向けた訴求が行われるわけです。

また、会社でもお店でも「みんなで会社のためにがんばろう」よりも

「佐藤さんには○○を期待しています。」「吉田君には○○を実現して欲しい。」「営業部には○○を達成して欲しい。」という絞込みをして、訴求した方が効果的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『予算がゼロでも効果がすぐ出る売り上げが3倍上がる！販促のコツ48』『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』 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

『ガソリンスタンドで』

近所のセルフ式ガソリンスタンドのお兄さんはいつも愛想がいい。非常に人なつっこい笑顔でスルスル〜と近づいてきては声をかけてくれます。



先日、このお兄さんは他のお客さんと話をしていましたが、しばらくすると私の所にやってきて

「こんにちは！これ入れましょうか？」

と言いながら、大きなタンクに入ったウォッシャー液を掲げました。

「ちょうどよかったありがとう！！」と私は答えました。

そして、彼はボンネットを開けて、ウォッシャー液を注いでからこう言いました。

「ボンネットを開けたついでにオイル見ましょうか？」

ちょうど先週車検でオイルも交換したばかりだったので私はこう返事をしました。

「いや、いいよ。先週、換えたばかりだから。」

「そうですか！じゃあウォッシャー入れときましたから。」

そう言いながら彼はボンネットを丁寧に閉めて、隣のドライバーさんに「こんにちは！」とあいさつしました・・・ここで私は思ったのです。「若いのに偉いなあ・・・」と。

おそらく最初に「オイル見ましょうか？」と声をかけるとほとんどの人が「いや、いいよ。(点検しないでいいよ。)」と答えるはずですが、彼は「ウォッシャーを無料で提供」→「ボンネットを開ける」→「せっかく開けたのでついでにオイル点検しますか？」というセールスのきっかけをつかむまでの流れを作っていたわけです。「そんなのこともされてもみんな断るよ。オイル交換なんか微々たる売上じゃないか。」と思う人がいるかもしれませんが、このお兄さんのセールストークによって間違いなく100人中の何人かはオイル点検を頼むはずですが。

このアンちゃんのような社員が、多店舗展開している他のスタンドにも居て、毎日何百台ものドライバーさんにセールスをして、それが1年間継続されると、それは微々たる売上ではなくなりますよね。違いますか・・・。商売繁盛のコツは「誰もできないことをやるのではなく、誰もができることを、誰もやれないくらいやる。」と教えてもらったことがあります。至言ですね。

■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『予算がゼロでも効果がすぐ出る売り上げが3倍上がる！販促のコツ48』『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』 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

『第一印象』

ビジネスでは第一印象って大切ですね。たしかに、最初に悪い印象を持たれてしまうと、それをくつがえすのは結構大変です。

人は最初に「この人は親切そうだな」という印象を相手に持つと、その相手が「親切である」ことを確かめるような情報ばかりを集めるようになります。言葉遣いや表情、あるいはちょっとした動作から「ああ、やっぱりこの人は親切で優しい人なのだ」と思い込んでしまうのです。

反対に最初に「この人は意地悪そうだな」という印象を相手に持つと、その相手が「不親切である」ことを確かめるような情報ばかりを集めるようになります。

仮に相手が親切心で口にした言葉であっても「何か裏があるかもしれない」と「不親切である」ことを確認するために情報を受けとるようになります。



心理学で「アッシュの印象形成実験」という実験があります。その実験とは被験者にある人物の性格特性を提示します。呈示される特性は次の2つ。

- (1) 「彼は知的な、勤勉な、強力な、批判的な、頑固な、嫉妬深い人です。」
- (2) 「彼は嫉妬深く、頑固で、批判的な、強力な、勤勉な、知的な人です。」

この場合 (1) のように最初に好ましい特性を提示された場合、相手に対する印象は好意的なものになり、(2) のように先に悪い特性を提示された場合には相手に対する印象は悪印象を持つ人が増えるのです。

そのため自己紹介をする時には最初に自分の長所や特技、能力を謙遜せずに提示した方が相手からは良い印象を持ってもらえる可能性が高まります。遠慮せずに自分の良い点はど〜んと最初に打ち出すようにしましょう。

■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『予算がゼロでも効果がすぐ出る売り上げが3倍上がる！販促のコツ48』『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』 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

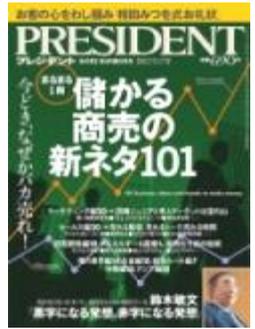
集客・広告・販促に役立つ酒井とし夫の活動レポート

最近の酒井とし夫は こんな活動をしています！！

■最近の酒井とし夫はこんな活動をしています。

■ 雑誌プレジデントで掲載されました！

平成 24 年 8 月 27 日発売号のプレジデントで「商売心理学のプロ」として酒井とし夫が特集記事で紹介されました。



■ 石川県能美市商工会青年部様で講演

講演タイトル『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』

日時：平成 24 年 08 月 07 日 場所：中央会館

場所：能美市辰口福祉会館

講演会参加者数：約 30 名

■ 福島県鹿島ショッピングセンター様で研修

テナント研修 第一回目『ビジネス心理学 その 1』

日時：平成 24 年 08 月 21 日

場所：鹿島ショッピングセンター エブリア

参加者数：約 50 名



■ 新潟県知事政策局広報広聴課様で講演

新潟県内市町村広報担当者研修

『広報、取材活動に役立つ心理学をベースにした実践的コミュニケーション論』

日時：平成 24 年 08 月 23 日 場所：新潟県庁 講堂

講演会参加者数：約 120 名



■ 山形県米沢商工会議所様で講演

講演タイトル『売上が 3 倍アップする！7つの集客・販促術』

日時：平成 24 年 08 月 29 日 場所：伝国の杜 大会議室

講演会参加者数：約 50 名

【ニュース】酒井とし夫の新しい講演テーマとワークショップテーマ登場！

◆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（約 2 時間）

- ①『商売繁盛のためのビジネス心理学 超入門』 NEW!!
- 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『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』
- ④『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』他

◆社内研修・スタッフ研修で好評の酒井とし夫のワークショップセミナー

- ①『ビジネス心理学 超入門』（約 4 時間） NEW!!
- ②『ビジネス心理学 実践』（約 8 時間） NEW!!
- ③『ビジネス心理学 研修』（全 5 回） NEW!!

◆酒井とし夫の新刊本はアマゾン書店マーケティング部門第一位獲得！！→

※酒井とし夫の講演会・セミナー・研修のお申し込みは下記までどうぞ！

予算ゼロでも
効果がすぐ出る
売上げが
3倍上がる
の
コツ
48！
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！
半額がはい、効果がいかに高まるか！
お申し込みは下記まで！

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