

売上げアップとビジネスに役立つアイデアとヒントとノウハウが満載!!

# 沼津から日本を元気にするプロジェクト!

地元の中小企業様向け応援レター

『アイデアがどんどんひらめいた!』と評判のビジネスレターです。

2015.05号

発行 deep 株式会社 TEL.055-933-5297 FAX.055-957-4914 <http://www.de-ep.jp>

みなさんこんにちは、deepの深瀬です。今回は市場開拓・商品開発企画をご紹介します「名刺、凝っていますか?」

大企業や名の知れた会社の社員なら社名があれば“立派な名刺”ですが、名もない小さな会社なら、名刺を手渡す時のインパクトは大事ですよ。こんな方法を使えば、リアルタイム&インパクト&メッセージ性の三拍子揃った名刺ができます!1枚30円なり♪

## ▼【 即席!インパクト名刺術 】

- 例えば、初めて訪問するクライアントへ行く時。最寄りの駅に降り立つを素晴らしい景色が広がり、思わずスマホで撮影、パシャ!
- 撮った画像をスマホのアプリで加工し、近くのコンビニで写真プリント。
- 写真はLサイズ(89×127ミリ)で出力されます。その出力された写真を巻くように三つに折ります。すると、以下のようになります。

<表面>

撮った風景写真

-----<山折り>

<裏面>

deep株式会社

深瀬和広(代表取締役)

〒410-0821 沼津市大平2874-533

TEL:055-933-5297 FAX:055-957-4914

Mail:info@de-ep.jp

-----<山折り>

<帯>手書きのメッセージ

※会社情報はあらかじめアプリ内に入力しておきます。

●写真のL版は、89×127ミリ。名刺サイズは、91×55ミリ。つまり、写真のL版では、名刺が2枚分+17ミリの帯がとれます。

●これを上記のように三つ折りにすると、なんと、手書きメッセージがヘッダーに付いて、綺麗な風景写真が表面で、裏面が会社案内が載った名刺が完成します!

●【撮った風景写真】面を表にして、「今、こちらに何う時にあまりに綺麗な景色だったので、写真に撮り、名刺に取めました」と手渡したら、インパクトありますよね!受け取った側は自社の近くの景色ですが、褒められて気分が悪いわけありません。

●もし、天気が悪く、いい景色が撮れなくても、スマホ内にストックしてあるオモシロ写真だったり、自分の趣味の写真でもいいと思います。

●この名刺アイデアの特徴は、

◎インパクト ◎リアルタイム ◎メッセージです。

●手書きのメッセージは、帯だけでなく、名刺の内側になる面にもたっぷり書けます。ハサミを使わない点もポイント。

●1枚30円のコストがかかりますが、それ以上の効果が期待できます!

さて、今月も元気に応援レターをお届けします!

## 集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

### key word 『一発大当たり』

「次々と発売される新商品は2週間ほど店頭で置かれ、売れ行きが悪ければすぐ棚から下ろされる。1年間に70%以上の商品は入れ替わってしまうという。」

(「図解 儲けのカラクリ」インタービジョン編 王様文庫 146ページ)

上記の文はコンビニで販売されている商品についての記述です。大手企業で

徹底的に市場調査が行なわれたうえで開発した商品であっても、その

70%以上の商品はコンビニの棚から消えていくということです。



➤ 中面に続く

design epoch



deep 株式会社

〒410-0821 静岡県沼津市大平 2874-533

TEL.055-933-5297 FAX.055-957-4914

メール /info@de-ep.jp

<http://www.de-ep.jp>

◆本紙は『深瀬和広』のビジネス情報レターです。

deep 株式会社 代表取締役社長 深瀬和広(ふかせかずひろ)

年齢: 42歳 血液型: O型 星座: てんびん座

生年月日: 昭和47年10月14日 出身地: 静岡県沼津市大平

好きな言葉: 正直、親切、愉快! 趣味: ゲーム

好きな映画: スターウォーズ・バックトゥザフューチャー・アモコミ映画

プロフィール / 地元沼津に生まれ、小さい頃から絵を描いたり物を作ったりすることが大好きでした。そのため大人になっても、趣味と仕事と一緒にこのクリエイティブデザイナーという仕事を楽しく続けています。デザイン×ITでみなさんにHAPPYを!!



# 集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

ということは、私のような零細企業が生み出す企画が「1発で当たる！」わけがない。

「この商品はイケるぞ！」「この企画は当たるぞ！」と思ってコケたことが何度あったことでしょうか…。

でも、それが当たり前だ、ということですよ。もちろん、調査、仮説、戦略、戦術、計画立案は大切です。ただし、どんなに徹底的に調査、仮説、戦略、戦術、計画立案を行なったとしても、それはあくまで机上での作戦に過ぎません。

明日、突発的な事件が起こるかもしれないし、自然災害が発生するかもしれないし、競合がいきなり出店してくるかもしれないし、反社会的な大規模活動が起こるかもしれないし、政局情勢が変わるかもしれない。だから、本当にどんな反応が出るのかは、やってみないと分からないことが多いものです。

「私のやった仕事で本当に成功したのは全体のわずか1%にすぎない。」

これはあの本多宗一郎氏の言葉です。あの名経営者ですら99%は失敗しているのです。

私が何か新商品を開発、企画、販売しても「一発で当たる」とは思わないほうがいい…。

だからこそ、リスクを管理すること、謙虚になること、うぬぼれないこと、1回や2回の失敗で再起できなくなるほど経営資源を1つのことに投入しないことが大事。

そして一番大切なことは

「1回や2回の失敗であきらめないこと。」

…そんなことをこの本を読みながら再認識したのでした。

## key word 『来週、マグロ解体ショーを行ないます』

年末年始に30万人が参拝に訪れる神社で露天商をやったときのこと。「30万人の1%の人に1,000円の買い物をしてもらえば凄い売上になる！」

とっていました。結論から言うと思ったほど儲けなかったのですが、その後、当時よく飲みに行っていたお店の女将にその話をしたらこんなことを言われました。

『アタシなら最初に近隣にDMやチラシを配って予告をしておくね。』

話は変わりますが写真は地元のスーパーで見かけた店内POPです。

これは「今週の日曜日に、店内でマグロ解体ショーを行ないますよ」というPOPです。

予告するからお客さんの頭にインプットされる。インプットされるから当日にお客さんがやってくる。

予告するって大事ですよ…。

では、あなたの会社やお店でも「予告」をしていますか？

実はオフラインでの商売に限らず、ネットで商売をするときも「予告」って大事なのです。例えば

「今日これからキャンペーンを行ないます！お申し込みは今すぐこちらから」

と告知するよりも、予め

「来週、キャンペーンを予定しています。とてもお得なキャンペーンなので乞うご期待！」

と1, 2回事前予告を入れてから翌週や翌々週に「これからキャンペーンを行ないます！お申し込みは今すぐこちらから」

というように予告してから実施したほうが反応率は高くなります。



そして案外このような「予告」をやらない会社やお店が多いのです。その理由は→『面倒だから』

確かに面倒なことには違いないのですが、予告をするのとしないとでは、その反応率には差がでます。

だから、映画館でもレンタルDVDでもオープニングで「予告」をするわけです。

あなたの会社やお店でも予定しているキャンペーン、特売、イベント前に一度予告を行なった方が、さらに集客アップや売上アップにつながるのでは？

key  
word

## 『新規客獲得戦略』

ある日のこと。毎週通っているスポーツクラブで利用券の販売機のボタン(写真)を押してもチケットが出てこない…。近くに居たスタッフに「チケットが出てこないよ」と言うと「今日の利用料は無料です！」とのこと。



実はこのスポーツクラブは今までは市の運営だったのですが、春から民間企業へ委託運営になりました。そのため新規会員獲得に積極的です。その会員獲得活動の一環としてこのスポーツクラブでは定期的に無料体験日を設けています。この無料体験での施設利用をきっかけに入会する人も増えています。

これは古典的ですが新規客獲得には効果のある戦略です。

「無料企画だろ。知ってるよ。でも、タダで何かをあげも上手くいかないよ」という方がいますが、それは「無料企画に効果がない」のではなく、「無料企画の戦略的な使い方が間違っている」だけです。

前にも書きましたが、以前、私が運営していたPC教室の売上げが軌道に乗ったきっかけは無料入校企画でした。私が本を出版するきっかけになったも無料企画のレポートです。私の年間講演依頼が100本を超えるようになったきっかけも無料プレゼントや無料セミナーです。TVCMで有名な化粧品会社の新規客獲得戦略は無料サンプルです。レンタルDVDのシリーズ作品の1巻めが無料でレンタルできるのも効果があるからです。

「商売で一番難しいのは市場に存在する自社商品に感心のある見込み客を特定することだよ」

と10年以上前にある有名なコンサルタントに教えて頂きました。その「商売で一番難しい」部分を効果的にクリアできるのが実は無料企画なのです。私はどんな業界であっても新規客獲得に苦心している会社やお店は無料企画を戦略的に販促活動に組み込むことをお勧めしています。どんな業界でも「無料企画に効果がない」のではなく、「無料企画の戦略的な使い方が間違っている」ことの方が多いというのが事実です。

チョット

break



### 『ブタ？社長婦人？』

仕事に役立つビジネスジョーク

意地悪で太った社長婦人をブタと呼んで訴えられた社員の妻。  
法廷でさんざん油を絞られたうえに罰金まで科せられ、  
原告のいるその場で謝罪を命じられた。  
妻は謝罪の言葉とともに社長夫人に深々と頭を下げた。  
その後、裁判長に向かって妻が尋ねた。  
「裁判長、ところでブタを社長婦人と呼んでも罪には  
ならないでしょうか？」  
裁判長はそれは罪にはならないと明言した。そこで妻は社長夫人に  
向かってこう言った。  
「社長婦人！今日のご機嫌はかががですか？」



効く

## チラシづくりに役立つ ワンポイントアドバイス

### 『短い広告コピーの書き方』

POPやチラシで短めの広告コピーを書く時には次のような順序を意識すると訴求効果の高い  
広告文書が簡単に書けます。

- (1)キャッチコピー
- (2)その商品を取り上げた理由。
- (3)どこの誰が、どんな思いで、どうやって作ったか。
- (4)あなたの得、メリット。

(1)のキャッチコピーに関しては毎回この「商売繁盛の素」で紹介している事例キャッチコピーを参考にしてください。  
そして、キャッチコピーに続く本文(ボディコピー)は(2)→(3)→(4)の順で文章を書きます。例えば下記のような感じ  
です。

- (1)店長おススメNo.1 前回は3時間で  
10箱完売した達人の作った減農薬野菜  
入荷しました！
- (2)家族には美味しくて、安全安心な野菜を  
食べさせたい！そんなお母さんを応援したいとの  
思いから仕入れた自慢の野菜です。
- (3)地元〇〇町で野菜作りの達人と呼ばれている  
佐藤さんが農薬や化学肥料を減らして育てた  
朝採り新鮮野菜が只今入荷しました。
- (4)一度食べたらずみつきになること間違いなしの  
その味は保証付きです。

この文章を書体やサイズを変えて編集すれば  
広告コピーの完成です。

**店長おススメ ナンバーワン！  
前回は3時間で10箱完売した  
達人の作った減農薬野菜入荷し  
ました！！**

家族には美味しくて、安全安心な野菜を食べさせ  
たい！そんなお母さんを応援したいとの思いか  
ら仕入れた自慢の野菜です。

地元〇〇町で野菜作りの達人と呼ばれている佐  
藤さんが農薬や化学肥料を減らして育てた朝採  
り新鮮野菜が只今入荷しました。

一度食べたらずみつきになること間違いなしの  
その味は保証付きです。

●本記事は契約のうえ、ビジネス本、メルマガ作家・講演者の酒井とし夫さんが寄稿しています。

酒井とし夫氏プロフィール：「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すらすら書ける本」(日本能率協会マネジメントセンター刊)の著者。読者数2万6千人以上の人気メルマガ「1分で学ぶ! 会社やお店の集客・広告宣伝・販促」の作家。講演者としても日本全国で活躍中。

### 編集後記

ついに発売されましたapple watch!早く触ってみたいんですが、普段ほとんど腕時計をしない私には、なかなか遠いアイテムです。アプリによつては、初期のipadやiPhoneのときも感じましたが、イロイロ化ける可能性がありますね。普段から身につける腕時計型となると更なる可能性を感じます。英調査会社のCanalysが2月11日に発表した出荷台数が話題となっています。同社によれば、2014年に出荷されたAndroid Wearは72万台、スマートウェアラブルデバイス全体では460万台とのこと。これは年間13億台といわれるスマートフォンの市場規模と比べて、取るに足らない大きさといえます。年間10億台というAndroidスマートフォンと比べても、Android Wearはその0.1%に満たない計算です。果たしてこのままスマートウォッチは盛り上がりませんか?メール確認やLINEはもちろん通話等当たり前の機能が腕時計だけで出来るといえば便利に聞こえますが、これらの機能が必須かというと、そうではありません。スマートフォンのヘビーユーザーならともかく、通知やロック解除の便利さを得るためにスマートウォッチに2~3万円を出せる人は、決して多くないでしょう。ファッションアイテムとしては今現在発売されたばかりなのでトレンドではありますがw。今後開発されるアプリは勿論、applewatch2等がでる頃には市場の方向性も見えているかと思います!販売メーカーウェアラブルデバイスシェアやそもそも消えてなくなるのかウェアラブルデバイス広い盛り上がりを楽しみたいところです。



- このレターは、弊社のお客様、資料請求をいただいた方、お名刺交換させて頂いた方に送らせて頂いています。なお、ご不要の場合はご一報ください。次回からの郵送は中止致します。
- お願いとご注意  
このレターは著作権法で保護されています。許可なく複製及び転載することを禁止します。
- 本紙をご希望の方はお気軽にお申し出ください。