

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。

2016.09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。今回はプラスアルファサービス企画をご紹介
ネットニュースを見ていると、「これは両親に教えてあげたいな」と思う記事や情報があります。特殊詐欺についてや健康情報など。そこで、こんなサービスを考えてみました。
両親も「息子」からの手紙なら読んでくれるでしょう。

▼【 息子から両親へ「記事便」 】

例えば、スマホでネットニュースを閲覧していた時、最新の認知症予防についての記事を見つけました。

私「これは両親に読んでほしいな」と思ったら、スマホの画面上にあるSNSアイコンの中の「記事便」をタッチします。すると、予め登録してあった「両親宅」の宛先が表示され、タッチすると指定した記事が郵送で「手紙」が届くというサービス。※登録には両親の年齢などの個人情報が必要です。

郵送で届く「手紙」はA4サイズで、宛名が印字された片面が「記

事」で、もう片面が広告です。

宛名の「記事」面にはオリジナルメッセージも数行書き込むことができ、スマホ上で私(息子)から両親への一言、「例:いつまでも健康でいてください」と打ち込むと印字されて届きます。

この「記事便」は会員限定サービスで無料(1ヶ月3回など回数限定)で送れます。無料の理由は、片面の広告(スポンサー)があるため。

スポンサー企業は、登録情報に基づき、確実にターゲット(例:高齢者)に広告を届けることができ、しかも、息子からの「手紙」なので閲覧率が格段に高いです。そのため、コストパフォーマンスが高い販促が期待できます。

息子にとっても伝えたい情報がリアルの紙媒体で届けられるので、ネットを使わない両親へは最適です。

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

『アドバイスの前にすること』

先日、知人から「面白い商品を作っている社長がいるので販売のアドバイスをしてもらえないか?」という相談を受けました。

私は会いに行きました。1時間話を聞いて分かったのですが、その社長は本当にユニークな商品を生み出していました。以前の私であれば社長から商品の概要を聞いた後、すぐに私の考えを説明していたはずですが、その日は社長と信頼関係を築くことを主な目的にしていました。



➤ 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: 43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・アメコミ映画

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!!



そのため私は次の3点を心がけました。

1.話をよく聞く。 2.バックトラックする。 3.ミラーリングを行う。

まず、話をよく聞くですが、相手の話の途中で口を挟まない。最後まで話を聞くようにして、相手の考え、商品に対する思いをよく聞くようにしました。

そして、バックトラック。これは相手の言葉をオウム返しすること。これをタイミングよく行なうと相手は「自分の話をちゃんと聞いてくれている」と感じます。

さらに、ミラーリング。人は自分と似ている人に親しみを持ちますが、姿勢や身振りを時折相手と合わせるようにすると、相手は親しみを感じるようになります。そのため、私は相手の社長の身体の向き、傾き、手振りを注意深く観察して、それを真似していました。

社長は私に親しみを感じてくださったと思います。多忙な中、商品製造プラントに案内して頂き、全工程を説明して頂き、さらにその商品もプレゼントしてくださ

り、昼食の心配までして頂き、美味しいコーヒーを2杯もご馳走になりました。

もし、社長が私に対してよくない印象を持ち、心の壁ができていたらおそらく最初の社長の話の1時間で分かれていたはず。そして、次にお会いする時には私の話をきっとよく聞いてくださるはず。

相手に自分のことを理解してもらおうと努力しているのになかなか相手に心を開いてもらうことが出来ない時には、自分の論理や熱意、話の内容に問題があるのではなく、それ以前に相手のとの信頼関係が築かれていないケースが多いものです。

いそがばまわれ。

自分の言いたいことを伝えて承諾を得るには、説得する前に信頼と好意の形成が大切になります。

key word 『学習の5段階』

あなたは運転免許をいつ取得しましたか？当たり前ですけれど、中学生の頃は運転のことを何も知らなかったですね。運転のことを知らないし、できない段階です。(1)

そして、18歳を過ぎて自動車教習所に通って運転の知識と操作方法を覚えてもらいました。

でも、実際に車を走らせようと思っても運転はヘタクソでしたよね。運転のことを知っているけど、できない段階です。(2)

その後、教習所内で運転の練習を続けると考えながら発進、停止、曲がる、変速切り替え・・・等が

できるようになりました。運転のことを知っていて、意識しながらできる段階です。(3)

免許を取得してしばらくすると意識しなくてもハンドルやアクセルやブレーキ、クラッチの操作がスムーズにできるようになります。運転のことを知っていて、意識しなくてもできる段階です。(4)

運転に限らず自転車やゴルフ、スイミング、スキーも上達するまでに下記の段階を経ます。

(1)知らないし、できない段階



- (2)知っているけど、できない段階
 - (3)知っていて、意識しながらできる段階
 - (4)知っていて、意識しなくてもできる段階
 - (5)意識、無意識をコントロールして能力を発揮する段階
- これを学習の5段階と呼びます。

このうち、一番イライラして悩み苦しむのは(2)の段階。「分かっているけど、できない」というこの段階で何ごとも挫折する人が多くなります。でも、ここを超えないと(3)や(4)や(5)のレベルにはいけません。(2)を超えるために必要なもの、それは・・・練習です。仕事も商売も同じ。セミナー等で何かを学んで知れば(3)や(4)になれると思っている人が多いですが、そんなことはありません。(3)に行くには山ほどの練習が必要になります。

「くやしいなあ・・・分かっているけど、できない」そう思ったら、順調に学習の第2段階まで来ていると思って練習に励みましょう。

key
word

『3つのタイプ』

人は何かを理解したり、学んだり、考えたりする時に大きく分けると3つのタイプに分かれます。

(1)視覚(2)聴覚(3)体感覚

映像やイメージでものごとを理解する度合いが強い人は視覚優位。

音や言葉でものごとを理解する度合いが強い人は聴覚優位。

感覚や実作業等を通じてのごとを理解する度合いが強い人は体感覚優位。



私は完全に視覚優位。目標を立てるときも映像でイメージすることが多くなります。

うちのカミサンは体感覚が優先。

マニュアルなどは一切読まないし、実際にやってみてものごとを理解します。。

私の先輩のKさんは聴覚優位。

理屈や理論や資料で納得できないと行動できないタイプです。

どのタイプが良い・悪いではなく、そういう傾向が人にはあるということです。

人によって利き腕があるように、人には使いやすい利き感覚があるということ。

上司や部下、スタッフ、お客様とコミュニケーションをとる時に相手が視覚で納得しやすいと思えば

「見る、明るい、暗い、見渡す、映す、想像する、見通し、輝く、きらめいた」

といった言葉を少し多めに使ってみてください。

相手が言葉を大事にするタイプだと思えば

「聞く、言う、話す、相談する、教える、説明する、口に出す、鳴る」

という言葉をよく使うようにします。

相手が身体を使って理解するタイプであれば

「感じる、触れる、温かい、冷たい、把握する、柔らかい、つるつるした、抱く」

といった言葉を使いましょう。

こんなことを少し意識するだけで、交渉やセールス、プレゼンの効果は大きく違ってきます。

チョット

break



仕事に役立つビジネスジョーク

『各国にいる不思議な人』

世界には次のような人がいるので不思議である。

紅茶の嫌いなイギリス人。

対人恐怖のイタリア人。

空手のできない日本人。

自転車に乗れない中国人。

芸術の嫌いなフランス人。

踊りの苦手なブラジル人。

そして、

サンタクロースの存在を信じないフィンランド人。



効く

チラシづくりに役立つ ワンポイントアドバイス

『4人のお医者様に聞いた知らないと損する〇〇の話』

このキャッチコピーの良いところは3点。

1つめは数字が入っているので読み手の興味を引きやすいということ。

2つめは「お医者様」という言葉を使って権威効果を高めている点。

3つめは「知らないと損する」とフィアアピール効果を利用している点。

この3点を意識するとあなたが作るキャッチコピーでも
下記のように応用することができます。

「3人の有名私大現役合格者に聞いた
知らないで損する効果的な大学受験のための勉強方法とは？」

「4人のお医者様に聞いた
知らないで命取りになる40代からの食生活」

「悠々自適の生活を送るシルバーリッチ10人に聞いた
知らないで差が出る60歳からの資産運用法」

「一人で月に300万円売れるカリスマ店頭販売員が明かす
知らないで損する接客販売のコツとは？」

といった応用ができます。お手本となるパターンがあれば、キャッチコピー作成は難しくありませんね。

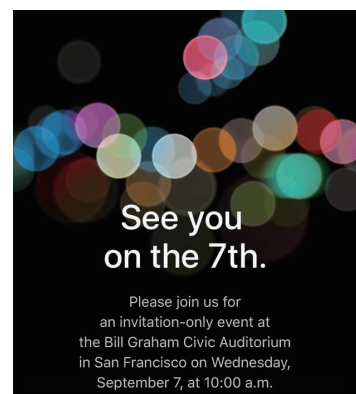


●本記事は契約のうえ、ビジネス心理学講師・酒井とし夫さんが寄稿しています。

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」「売り上げが3倍上がる！販促のコツ48」の著者。日本全国で年間100回以上の講演の依頼を受ける人気講師としても活躍中。雑誌プレジデントやフジTVとくダネでも紹介されたビジネス心理学の達人。

編集後記

9月になり、いよいよ新しいiPhone発売の話が出てきましたね。来年がiPhone10周年ということもあり、今年はイマイチなバージョンアップにとどまる気がします。あくまでも噂の段階ですが、防水・デュアルカメラ・イヤホンジャック廃止&ステレオスピーカー等、色々でています！そのなかでも日本にとって大きな話題が入ってきました。今度のiPhoneには、ソニーが開発し日本で普及している非接触ICカード技術様式「FeliCa」が搭載されるとのことで、「iPhone」が電車などの自動改札に利用出来たり、おサイフケータイとして利用可能になります。日本で普及した「FeliCa」がiPhoneでも使用可能となると、みんなが待ちに待った機能と言えます！ですがこのiPhoneも日本独自の機種になる？らしいです！まさにガラパゴス化！実際はどうなるかは、米Appleが現地時間の9月7日に新型「iPhone」を発表するスペシャルイベントを開催することを発表しているの、それまで夢を膨らませましょうか！



- 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。