街中で見つけた
商売・ビジネス成功の
ちょっとしたヒント
PART11

酒井とし夫

http://ameblo.jp/admarketing/

Copyright© ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

街中で見つけた商売・ビジネス成功のちょっとしたヒント

こんにちは、酒井とし夫です。私はマーケティングや心理学を学ぶにつれて日常の生活で今まで何気なく見ていたモノやコトの中に、よく考えられた広告や宣伝、マーケティングのノウハウやテクニックが詰まっていることに気がつくようになりました。

普段、買い物に行っているスーパーに置かれている買い物かごの設置位置や大きさにはちゃんと理由があります。店舗の立地やレイアウトはその企業の過去の膨大な調査と経験の集大成です。
ＰＯＰ、値決め、販促活動にはその企業の試行錯誤とテストマーケティングが活かされています。

街の小さな繁盛店の商品構成、歳時イベント、セールストークにはオーナーの意思と意図が現れています。毎日眼にするチラシ、ＤＭ、雑誌、ＴＶ、新聞、ホームページ、メルマガにも効果的な心理学テクニックやマーケティングノウハウが凝縮されています。これらのほとんどはマーケティングや広告の知識が無い人には気がつかない「何気ないちょっとしたテクニック」です。しかし、優良店舗や優良企業であるほど、これらの「何気ないちょっとしたテクニック」が商売やビジネスに上手に活かされています。

私はそんな日常生活の中で見つけたビジネスのヒントや視点、切り口を特別情報メール『マーケティング日誌』やブログで配信・公開していますが、本レポートは過去に配信・公開した街中で見つけた商売やビジネス成功のためのちょっとしたヒントを編集したＰＡＲＴ１１です。本レポートがあなたの会社経営の参考になれば幸いです。

酒井とし夫

Copyright© ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

Win・Win・Win の関係

写真を見て下さい。壁に額装された絵が掲げられています。

さて、この壁はどこの壁でしょう？美術館？絵画展？・・・いえ、違います。喫茶店内の壁です。ここのお店では喫茶スペースを地元の絵手紙教室の生徒さんの作品展示場として開放しています。

■絵手紙教室で生徒さんが絵を描く。
↓
■生徒さんが作品を店内に掲出に来る。
↓
■掲出した生徒さんは喫茶でコーヒーとケーキを注文する。
↓
■作品を掲出した生徒さんは友達を誘って再びお店に来る。
↓
■生徒さんとお友達が喫茶でコーヒーとケーキを注文する。
↓
■生徒さんは作品発表の場が出来て喜ぶ。
お店もお客さんが増えるし、店内の装いが定期的に変わり喜ぶ。
↓
■一般のお客さんも季節毎のテーマに準じた作品を鑑賞して心が和む。

３方丸く収まって **Win・Win・Win の関係**の出来上がり！ということです。

Copyright© ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

脳で味わった

ある日、蕎麦屋に行きました。
ざるそばを頼んだらお店の人にこう言われました。

『今日から新そばです。

お客さんが今年の新そば第一号！！』

こう言われると、「美味しく」感じます。
「おっ！ラッキー」と感じてしまいます。

このお店のそばは普通に食べても美味いことは確かですが、脳に「新そば」「今年の第一号」とインプットされると、一層美味しく感じます。

人間は舌のみならず、**脳でも味わっています。**

「食自体の美味さ＋頭で味わう美味さ」が、成立するということは「商品自体の質＋頭で味わう質」が成立することにもなります。

「頭で味わう質」には店舗、接客、デザイン、イメージ、見せ方、売り方、雰囲気などを含んでいますが、お金も手間もかからない「言葉」だけでもその価値は大きいということです。

Copyright© ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

大卒がやりたがらないビジネス

「最近フォーブス誌におもしろい書き出しで始まる記事が載っていた。目新しい事業ではなく、ありふれた業種で安定して成長を続けているたぐいの会社は、話題性には乏しいが、長期的には優れた投資対象となる。」
（「となりの億万長者」トマス・Ｊ・スタンリー＆ウィリアム・Ｄ・ダンコ著　早川書房　294 ページより）

以前、ランチェスター経営の竹田先生から

「大卒がやりたがらない業種のビジネスには旨味がある」

という内容のお話を聞いたことがあります。

■大卒の好むビジネス→競争が激しい
■大卒がやりたがらない業種のビジネス→競争が少ない
ということです。
話題のマーケット、流行のマーケット、新しい技術が生まれた分野には新規参入者がどっと押し寄せます。

頭がムチャクチャ切れる人材や、資金力のある企業も我先にと参入します。
そのため競争が激しくなります。

その中で競争に勝ち抜いて成功する企業や人が現れてきます。
その成功者をじーーーっと観察して、その戦略や方法論、新しい技術を「大卒がやりたがらない業種のビジネス」や「今かかわっている業界」で応用、利用するのが小さな会社やお店の上手なやり方です。

小さな会社やお店の競争のポイントは
「戦わずして勝つ。勝ち易きに勝つ」
です。

Copyright©　ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

最初の一歩

人間にとって難しいことの一つが「最初の一歩め」を踏み出すことです。
一旦、「一歩め」を踏み出したならば、「二歩め」「三歩め」は「最初の一歩め」ほど抵抗感がなく、足を踏み出せます。

だから、いかにして「最初の一歩め」の抵抗感を下げるか、敷居を下げるかが商売での腕の見せ所です。

写真は割引き券です。

この割引き券を持参してお店に行くと、通常 11,900 円の脱毛コースが、1 万円割引きの 1,900 円となります。お店としてはこれだけでは絶対に赤字です。

でも、いかにして「一歩め」の抵抗感を下げるかに知恵を絞っているわけです。
一旦、「一歩め」を踏み出したならば、「二歩め」「三歩め」に踏み出すのは容易です。来店してもらったら、一旦、エステの体験さえしてもらえば、次には毛穴、太もも、ヒップ、ふくらはぎ、フェイス、ウェスト、お腹、二の腕、背中、全身・・・と「二歩め」「三歩め」に踏み出させることができるようになります。

「二歩め」「三歩め」は「一歩め」が無いと、存在しないわけです。
『損して得取れ』とはビジネスの原点。

Copyright© ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

タダのものを特別にあげるか、特別なものをタダであげるか。

下記の写真上段のコピーには「特別レポート　無料進呈」と書かれています。

「無料レポート　特別進呈」ではなく、

「特別レポート　無料進呈」です。

これってわずかな違いですけど、大きな違いですよね。

「特別なレポート」をタダであげるのと、「無料レポート」をタダであげるのとでは意味合いが大きく違います。

「①特別なもの」を、「②無料で進呈」だと、①と②の差は大きなものになります。

「①無料なもの」を、「②無料で進呈」だと、①と②の差は小さなものになります。

落差というか、ありがたみというか、印象が異なります。

写真下段の右側のコピーには
「総力特集　知っている人は絶対教えたがらない　お金持ちのマネー新常識」
と書かれています。

Copyright©　ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

面白そうな記事ですね。

でも、**「総力特集」**って何でしょうか？出版社の資力、知力、労力、情報網等のほとんどをつぎ込んだということでしょうか？
良く分からないけど、・・・でも、なんだか凄そうな気がします。

また、「知っている人は絶対に教えたがらない」って何でしょうか？
本当に知っている人は全員が教えないでしょうか？良く分からないけど、
・・・でも、なんだか凄そうな気がします。

「新常識」の「新」って何でしょうか？
「常識」と何が違うのでしょうか？良く分からないけど、でも、・・・なんだか凄そうな気がします。

この記事の本質部分のタイトルは「マネーの常識」です。
あとは全て修飾のための言葉です。

でも、単に
マネーの常識
と
[総力特集]
知っている人は絶対教えたがらない　『お金持ちのマネー新常識』

って、あきらかに後者の方が目を引き、興味をひきます。
商品は同じだけど売り方・見せ方が異なる、という好例です。

ちょっとしたことだけど、売上げの差は「ちょっとした差」ではないはずです。

Copyright© ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.

“あなたはこの Ebook レポートを改編しない限りは自由に配布できます。”

この Ebook レポートは小さな会社やお店、そしてネットショップで頑張っている経営者や店長、広告販促担当者の方のために公開したものです。そのため、この Ebook レポートはあなたが大切に思っている経営者や店長、広告販促担当者の方に自由に配布して頂いて結構です。

たった一つできないのはこの Ebook レポートを編集することです。それは行なってはいけません。それ以外には無料配布やあなたの商品のボーナス特典として自由に利用して頂いてかまいません。この Ebook レポートの著作権はファーストアドバンテージ有限会社・酒井とし夫が所有しています。

■この Ebook レポートの著者について

酒井とし夫／1962 年生まれ。立教大学社会学部卒業後、中堅広告代理店勤務。その後、広告制作会社を設立。以降、広告制作、モデル派遣事業、撮影ディレクション、アイデア商品販売、キャラクターグッズ販売、露天商、パソコン家庭教師派遣事業、パソコン・スクール事業、トレーディング・インストラクション事業、インターネット通販、コンサルティング事業等数々のビジネスを立ち上げる。IT ビジネスやトレーディングに関する E-Book を 4 年間で 9,200 本以上販売。「お金をかけずに売上げを伸ばす！7 つの広告販促ノウハウ」「インターネットビジネスと広告宣伝心理術」「どんな商売でも押さえる本質は同じ！広告・マーケティングとアイデア」等の講演会も多くの経営者、起業独立志望者に好評。著書に「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」、「小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術」（日本能率協会マネジメントセンター）

■ブログ「商売心理学」

http://ameblo.jp/admarketing/

Copyright© ファーストアドバンテージ有限会社　2008～All Rights Reserved.