



# 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 PART14

酒井とし夫

<http://ameblo.jp/admarketing/>

## 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PART14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

## ついで買い

最も簡単な客単価を上げる方策！

↓

### 『ついで買い』

お店のレジ周りにはタバコ、ライター、ガム、チョコレートが置かれていて、ついで買いを誘っています。



良く行くスーパーでは季節に併せてチョコ、ウエットティッシュ、ボンベ、ホカロン、マスクとレジ周りにある小物商品を変えています。

地元の蕎麦屋ではレジ周りにそば茶が置かれていました。コンビニではおでん、から揚げ、ひとくちサイズのお菓子などが置かれていますね。

近所の小売店ではレジ周りに昔駄菓子屋さんで売られていた懐かしいお菓子が並んでいました。近くの温泉場のレジ周りには地元で採れる天然塩と炭せっけん。週に一度は行く書店のレジ周りには知恵の輪。家電店では乾電池。

・・・でも、レジ周りに何も置いていないお店も結構あります。

もったいない！！

せっかく客単価が上がるチャンスがそこにあるのに。

## 自信をつける方法



「自信をなくして、他者の言葉に右往左往し主張を変えるのではなく、自分を信じて突き進む。そんな自分を手に入れるにはどうしたらいいか？やり方は、いくつかあります。ひとつ紹介すると、ある一定期間、情性で過ごさずに、一つ一つ決断し、スケジュールリングして生活することです。自分に対してした、自分への約束を守り続けることで、自分への信頼を高めるのです。」（「ノウハウを学んでいるのに、なぜ、儲からないのか？」吉井亮介 アスカ 166ページより）

「自分に自信があればなあ。」

「イマイチ自信が持てないなあ。」

「どうしたら自分に自信が持てるのだ!？」

・・・と、私は20代、30代の頃、考えていました。

で、座禅教室に行ったり、ボディビルのトレーニングをしたり、自己啓発セミナーに行ったりとあれこれしました。

でも、自信が持てるようにはなりませんでした。

自信は「外から」つけようとしてもダメのようです。

自信の有る無しは「自分」にしか分からないので、外から見て自信がありそうに見えても、自分で自分に自信が持てない限り、いつまでも自信を「外」に求めているかぎり、自信が持てません。

自分に自信を付けるには冒頭の言にあるように

**「情性で過ごさずに、一つ一つ決断し、スケジュールリングして生活し、**

**自分に対して決めた、自分への約束を守り続けること」**

のようです。

何かをする時に、手を抜いたり、自分にウソをつく、全て「自分」で分かってしまいます。

外から見ている人には分からなくても、自分には分かります。  
逆に外から見ている人には分からないけど、自分で自分に正直に精一杯やったかどうか、自分で決めた事をちゃんと実現できたかどうかは自分で分かります。  
後者を積み重ねると少しずつ自信が持てるようになります。

それも、たいそうなことじゃなくて小さなことから始めます。  
私の場合には何かをする時に、それに費やす時間を自分で決めます。  
目的を明確にします。そしてスタートします。

何かを15分で完了する、と決めたら、15分で完了します。  
完了したら

**「おーっ！俺は偉いっなあ。」**

**自分で決めた事をまた実現したぞ！」**

と自分で自分を褒めます。

こうやって小さなことを自分で決めて、自分で実現する、ということを繰り返します。

すると「自分は自分で決めた事をちゃんと実現できる人間だ！」という自分への信頼ができます。

基本的には小さな仕事をするときも、大きな仕事をするときもこの原理は同じです。

この繰り返して、自分に自信が付き始めます。

## ラッキー！

車で近所に出かけました。

交差点で前の車のバンパープレートが目に入りました。



### 『ラッキー！！』 777ですね。

以前、車に知人を乗せて走っていた時に車内の時計が11時11分を指していた事があります。

その時に私は「おっ！ラッキー。1111だ。」と言ったところ、彼は「そんなの偶然だよ。」と言いました。

そうなんです。でもね、偶然でもいいんです。何かあった時に、それを「ラッキー」と思うことにより、自分は運の強い、ツイてる人間なんだと自分で自分に言い聞かせるんです。だから、何かをする時に「自分はツイてるから大丈夫だ」という自信が生まれて、思考なり、行動なりに移れるんです。

普段から「ツイてねーなー、俺は。」って思っていると、自分で自分は運の無い人間だと刷り込んでいることになります。そうになると、何かをやろうとする際に、無意識に「自分には出来ないなあ。きっと。」とか「上手く行きっこない。」と考えることにつながります。

「俺は運が強い」「自分はラッキーだ」「私はツイてる」という思考そのものが大切なのです。

ラッキー7のこの記事を読んだあなたも超・ラッキーな人ですよ！

## 役割を重ねる

都内の印刷会社さんに小冊子の印刷をお願いしました。  
今は50ページ物の小冊子が、全てメールと電話で完成しちゃうので凄いですよね。版下を持込で入稿していた20年前には考えられなかったことです！！  
で、何度か、電話とメールでやり取りをした後に、束見本（つかみほん）が宅急便で届きました。写真がその時に送られてきた封筒です。



封筒の表裏両面にびっしり印刷物の仕様別の金額と見本写真が掲載されています。さすが本業！無駄がない。

封筒でありながら、広告チラシと、見積もりも兼ねていることになります。一つの媒体が複数の役割を兼務していますね。

あるコンサルタントの方が送る封筒には中小企業の経営に役立つ戦略13か条が印刷されています。また、ある方のFAX送信紙には商品の紹介広告が載っています。

私のところにはいろいろなDM、封書、FAX、メールが送られてきますが、その中にはこのような「役割を兼務」しているものも見受けられます。

DM、封書、FAX、メールも、どうせ送るなら同じ手間で**「役割を兼務」させること**を考えたいものです。

## 権威効果

写真は店内POPです。「TVで紹介されました！枝豆」と書かれています。



「TVで紹介されました。」

「新聞で紹介されました。」

「雑誌の取材を受けました。」

「タレントの〇〇さんも食べています。」

これらは全て「**権威効果**」です。

これらのコピーが使える場合には自社の広告宣伝販促物に掲載した方が良いでしょう。でも、

「ウチはTVにも新聞にも出たことがないし、ウチに取材なんか来ない！」  
という声が聞こえてきます・・・本当にそうでしょうか？

私は合併してやっと人口が数万人規模になった地方の小さな小さな田舎町に住んでいます。世間的には無名の中年オヤジです。

でも、新聞社に取材して頂きました。雑誌にも掲載して頂きました。

全部、自分から行動するんです。待っていちゃダメです。

ダメもとでニュースリリースする、ダメもとでこちらから話しかけてみる、ダメもとでお願いしてみることです。

だってダメでもともとなんだもん。上手く行ったらラッキーなんです。そうでしょう。

きっと、あなたの会社やお店だってTV、新聞、雑誌に載る事が可能です。

そのためにニュースリリースに関する書籍を何冊か読んでみてはいかがでしょうか。アマゾンで検索すると結構ニュースリリースの書き方の本ってあるんですよ。商売をするなら1冊はこういった本を読んでおきましょう。



## **“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株式会社・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/>

