

ウェブの大切なお客様へお届けする“情報レター”

福来(笑)売

わっはっは〜
ふくらいじょうばい

平成19年2月発行
第9号



コロブスのたまごを探して！
(ヒット商品は、案外身近にある！気づいていないだけ〜)
100円玉の代わりにアイデア、情報、ノウハウを入れると一つ一つ楽しいテーマがこぼれ落ちてくる..



ココロ..

今月のワクワク笑点

- ★理想のビジネスモデルとは？
- ★群集心理について
- ★商品のライフサイクルについて考える
- ★SEO対策は重要でっせ
- ★お知らせ ★編集後記

理想のビジネスモデルとは？

年末にカリスママーケッター〇田昌典さんの『緊急ネットセミナー教材』を購入しましたが、見ていて感じたことは、日々外部環境の変化が激しすぎて、技術の進歩についていくのがしんどく感じました。「早すぎる一。」

年始のあいさつがたら、私のブレンと話していたのですが、「ゆっくりと進んでいく」しかし、「確実に伸びるビジネスモデルを作成していこう」という話になりました。スピードが速すぎて疲れてきたと言っていたら一……。人と逆行く戦略。40歳を超えたら、あえてゆっくり進むビジネスの方が自分に合っているように思います。

年末にお菓子の『たねや本店』に寄ってきました。近江商人のふるさと近江八幡市にある有名な和菓子屋さんです。最近、和菓子の技を使って洋菓子にも参入しています。このバームクーヘンがものすご〜くおいしいんです。



↑ 趣きがありますねー



とにかく、そこでしか食べられない限定バームクーヘンは絶品です。(マジで!)
ここの近江八幡日牟禮(おおみはちまんひむれ)ヴィレッジは、会社として理想のタウンを形成しています。
一度ホームページを見てください。(必見です!) <http://shop.taneya.co.jp/>



和菓子屋があり、洋菓子店やカフェ、通販部門に果ては洋菓子研究所と、すべて整っています。そして、このお菓子を全国に店舗展開しています。また、働くお母さんたちのための保育園や近江文庫(資料館)、自社農園もあるのです。さすがに近江商人の発祥の地ですねー。ゆっくりと伝統の和菓子を中心に社会のニーズにも対応しながら確実に売り上げを伸ばしている。少しずつ改良を加えながら、今の状態があるのでしょうか。



時と共に寂れるビジネスモデルではなく、月日と共に伝統や信用が高まるビジネスモデルは理想だと思いませんか。
あなたのビジネスモデルには、月日と共に売り上げが上がるようになっていきますか。

群集心理について・・・

群集心理だって？いまさら・・・という方もいるでしょうが、「奥が深い！」というよりビジネスにも関係している話ですのでおさらいを・・・

群集心理で一番有名なので、「赤信号、みんなで渡れば怖くない！」というフレーズです。

別に赤信号をひとりで渡っても怖くありませんが、要は「みんなでやれば怖くない」ということでしょう！だから日頃ひとりではやらないことでも、周りの人たちに影響されてやってしまうということなのです。

今、社会問題になっている「いじめ」も群集心理が関わっていますねー。ビジネステクニック面で把握しておかなければならないのが、以下の「集団」と「群集」の違いについてです。

集団		群集
一定期間以上	集合期間	一時的
分化している (組織化)	役割	分化していない (非組織)
互いに影響を 与え合う	相互作用	影響を与え合 わない場合が 多い

この表を見てお分かりになりますね。集団は職場の仲間や野球チームの仲間、目的意識が一致した集まりです。

一方群集とは、はっきりした組織がなく、デパートのバーゲンに集まる人々とか、街頭演説やストリートパフォーマンスに群がる人々を指します。

ここでの注目する点は「共通の動機で集合する大勢の人たち」が群集と呼ばれ、しかし、目的を果たすとそれぞれ散らばってしまう、一時的な集合体であることです。

また、集団のように役割分担もなく義務感や責任感に縛られないのも特徴です。
自分が何者かを周りが知らない為、何をしても構わないという心理になることもあります。

何をしても構わないといえ、海外で見られる光景で、災害時に衣食を求めて、スーパーなどにガラスを破って侵入し、盗みをする暴君野郎！これも1人がやれば、群集心理で一瞬に大勢の暴君が同じ行動していますよね？

また、群集心理でよく見る光景は・・・ジャスコやヨーカドー（大型スーパー）のイベントで、仮面ライダーなどのキャラクターショーのお客さんの集まりです。

あれはまさに群集心理によるもの。仮面ライダーなど、キャラクターショーを見る目的だけに集まった人ばかりだからです。

ああいったショーは、子供を信者化して、グッズなど商品を守るビジネスです。だから大抵、ミニスカートのお姉さんが司会をします。お父さんも信者化される(笑)はじめにお姉さんが登場してショーについての注意を子供達に言います。

注意ごとを伝えて「わかしましたか？」と必ず子供達に問いかけます。子供達は「は～い」と一斉に答えます。仮面ライダーがピンチになったら「ガンバレ～」と応援できますか？子供達は「は～い！」と答えます。(信者化完成！)

もの見事に一斉に答えます。群集も目的がいっしょなら、同調する！ということがわかります。

あのやりとりをずっと見てると、これが催眠商法の元祖かな？・・・と思えてきます(笑)
仮に子供でなく老人に対して、この「お鍋欲しい人？」「は～い」とやれば、その場が即、催眠商法の場に変わりますよー。

話が逸れましたが、このキャラクターショーは歴とした便乗商法ですね。関連グッズを即売し、なんとショーの撮影用インスタントカメラまで、かごにいれて店員が売りさばいていますから。全てがビジネスに繋がっていますねー。また子供相手の商売は痛いところを付きますよね。子供にせがまれて渋々「しゃ～ないな～」とおもちゃ等を買う方も多いのでは？



信者を作ると相談は⇒ <http://www.plandoweb.jp/>

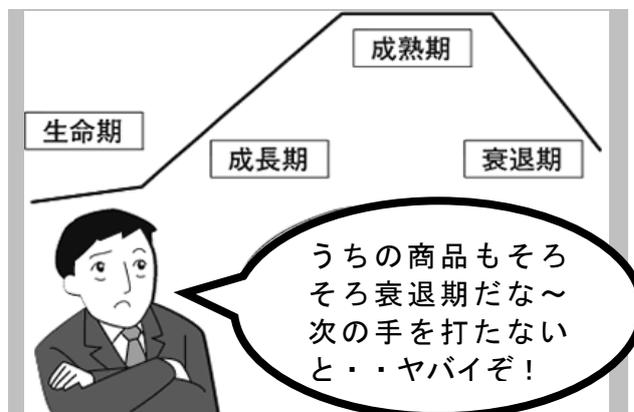
今月のウェブマーケティング

商品のライフサイクルについて考える。

今回は商品のライフサイクルについて考えてみましょう！
商品・サービスにはライフサイクルというものが存在します。聞いたことがある方もいることでしょう。ライフサイクルには「生命期」「成長期」「成熟期」の3つのサイクルがあります。

「**導入期**」とは、市場浸透率が0%~10%までをいいます。さらに商品・サービスが市場に認知され、市場浸透率が10%~50%までを「**成長Ⅰ期**」、市場浸透率が50%~85%までを「**成長Ⅱ期**」といい、さらに商品・サービスが「成長Ⅱ期」を過ぎ、市場浸透率が85%を超えますと「**成熟期**」に入ります。

そして、衰退期（飽和状態）へと移行し、市場から消えていきます。



モノが溢れて、サービスも過剰になった現在は、「ほとんどの商品・サービス」が成熟しきっています。ということは「ほとんどの商品・サービス」が成熟期に入っています。心当たりありませんか？（通信販売ひとつとっても、どこも似たような商品のオンパレードです。）
また、画期的な商品・サービスもすぐに真似され、あっという間に熾烈な競争へと発展し、成長・成熟する期間が段々短くなってきています。

とくに（ドッグイヤーと言われる）インターネットの世界は三ヶ月で別世界へと変わりますので、昨日まで通用した方法が急に通用しなくなったということも有り得ます。こんな状態で商売にて生き残るのは大変なことですよ。また、何気なく生活していると忘れていますが、「そういえばあったね・・・」という商売（商品）も少なくありません。

さらに今増えているのが、住宅リフォーム、格安車検（カーコンビニ倶楽部）、はんこチェーン、スピードDPE、宅配寿司（フランチャイズ的な）、100円ショップ（ダイソー以外にもライバルが数店）、激安理容、などなど・・・

また意外と多いのが「美容院」です。主婦の副業的に自宅兼美容院として結構増えています。商圏1キロ前後ですので増えれば確実に客の奪い合いになるでしょう。

そんな中、生き残るためには？・・・やはり専門化・差別化が一番大事でしょう。
その差別化もすぐ真似される可能性がありますので、真似され難い差別化が必要です。（それが難しいといえ、難しいのですが・・・）モノで差別化を目論んでも難しい場合、「人」＝「温かさ」で勝負する方法もあります。

有名人を例に取れば・・・国民的人気者のミスタージャイアンツ・長嶋茂雄氏。（今は星野さんかな？）彼を憎む人などまずいないでしょう。長嶋さんは特別なスターですが、同様に誰からも親しまれる人をスタッフにした場合、最高の差別化ができると思うのです。同じモノを売っても、「あの人から買いたい」と思われることが最大の差別化ではないでしょうか？・・・そういう意味でも下手なサービスを考えるより、カリスマ店員を探す、育てる・・・の方が圧倒的な差別化に繋がるかもしれません。今では、「従業員スター戦略」といわれるノウハウまで存在しますから。



この笑顔は万人に慕われますねー

SEO対策は重要じゃない

SEOとは検索エンジン最適化 (Search Engine Optimization) のことだ。「アクセスアップ」「検索エンジン対策」と同じ意味です。

検索エンジンで検索を行った際、管理しているホームページを検索結果で

上位表示させるための技術を指します。ホームページを作成しても、人に見てもらわなければいけませんよ。

でも、この「人に見てもらおう」ということが難しいのです。(ホンマに・・)

有名人ならほっておいても大丈夫ですが、ほとんどの方は無名なわけですから・・。まず、自分の売りたい商品を買ってくれるお客さんが、

①「どのような単語をヤフーやグーグルの小窓に叩いてくれるか」。

②「叩いたら、「検索上位5位以内に入っているかどうか」がとても重要」。

永久保存版

アメリカでは、このSEO対策はものすごく重要です。

このSEO対策が出来ていなければ、たどころに売上げが激減します。まだ、日本では一部の単語以外は、比較的容易に上位に持っていけます。

まあ、われわれのような業者がついていけばと言う事ですが・・。

(ちよっと自慢 笑)

検索サイトの数々↓



これからニューズレターの4ページ目には、ホームページのヒットの仕掛けや検索上位の仕方などを書いていこうと思います。

成功例もありますが、失敗例もたくさん積み上げていますから、みなさんには、出来るだけ失敗しないようにしてもらおうと思います。

ここでひとつ宿題があります。

あなたの会社を検索で引っかけようと思ったら、何というキーワードを叩きますか。

10個書いてみてください。

また、お客さんにアンケートしてみてください。どのような単語で調べるか？を。

同じ単語もあれば、違う単語、あるいは身内では気付かないようなものすごいキーワードがあるかも・・。

先日、テニスコーチの大学生に、自分が引越するなら、ヤフーでどの単語で叩くと思う？聞けば、

「引越し 安い」

で叩くと言っていました。

なるほど、スペースを開けて「安い」を入れるかと感心しました。おもしろい単語を見つけたら教えてください。

ウェブからのお知らせ：

2年7ヶ月勤めてもらっていた、スタッフの木下さんが今月を持って退社します。ひょうひょうと独特の感じを持っていた木下さんでしたが、仕事の能力は高く、無欠勤とすばらしい人材でした。辞めるのは残念ですが、また別の職場でがんばってもらえればと思います。お疲れ様でした。

編集後記：

今月は、スピードの速い時代にみんなと一緒にスピードについていく必要はない！と書きました。中小企業が成功する秘訣は「差別化」です。なかなか真似できないです。それと、どこに継続的に儲けるための資金回収エンジンを持っているかです。今回はこのようなことを書いていこうと思います。

発行所：株式会社 ウェーブ
発行人：鎌野達哉
〒674-0051 兵庫県明石市
大久保町大窪 286-1-1F
TEL：078-937-1210
FAX：078-937-0478

集客のお悩み 119 番 ⇒ <http://www.plandoweb.jp/>