

福来(笑)売

ふくらいしょうばい

平成19年4月発行
第11号



コロン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…

コロコロ…

今月のワクワク笑点

湾岸大作戦・・・

おおー経常利益10倍の話

間違いだらけの広告の常識 2

反応が上がるメールの書き方

お知らせ 編集後記

湾岸大作戦・・・

昨年(2006)の2月頃、一通の葉書きがきました。ミニ
クーパーで高速道路を運転してみませんか。

キャッチコピーも、『湾岸大作戦・・・』

キャッチコピーがおもしろかったのも、ついついミニクーパーショ
ップに行ってしまう。愛想のいい兄ちゃんに捕まり、ミニク
ーパーの良さを聞き、早速、高速道路を運転
してみました。



実際に高速を走りました。

おー、この感覚。ゴーカートを運転しているよ
うです。ハンドルを少し切ると、車がすぐに反
応し、体に伝わってきます。また、タイヤから
の振動が体にピンピンと伝わるのです。高級車
では、音も静かで、感覚があまり伝わってこ
ないですが、本当に五
感を刺激するの
です。一瞬で虜になっ
て、買ってしまう
ました。

ちょっとした、ハガ
キで人は反応して、
高価な物を買ってし
まうものなのですね
ー。

担当の杉永君トップセールスマン



その後、一年間いろいろイベント情報などが
送られてきました。

「富士スピードウェイでミニクーパーの高速運
転してみませんか」とか、クリスマスパー
ティーの案内など、時々CDまで送ってきます。
値引きは、ひとつも無いのですが、不思議な
ものでこのようなサービスがあると、離れられ
ないですねー。



西宮ヨットハーバーの貸し切りパーティー

マニアの世界ですから、値段とか関係ない
わけです。
カレンダーも普通は、
無料でもらえる事が多
いですが、ミニショップ
では、4,000円近くし
ます。
でも、少し高くても魅
力があるので、買って
しまうわけです。

ミニクーパーの良
さは、オリジナルなグ
ッズをいろいろと選
べるところも、おも
しろいです。ミラー
だけイギリスの国旗
の柄に変えとか、
自分だけの車に変
身です。遊び心があ
ります。

この車を買って、私の会社もこのブランドイメ
ージが着くようなものにしようと思いました。
小さく、遊び心があり、きびきび動くイメ
ージを意識しようと・・・。
やっぱり、ヨーロッパの商品は、ブランド作り
がうまいなー。



一時間ごとにミニのエンジン音になる時計

おおーっ 経常利益が10倍の話

売上が十二億円で
七億円の儲けだっ
てよ！

粗利の話じゃない・経常利益が七億円。

売上、十二億円から人件費や事務所経費などの「固定費」、さらに仕入れなどの「変動費」などなど・モロモロを差し引いた「経常利益」が「七億円」というビジネスがある。

ちなみに・普通の会社の経常利益は良くて六・七％。ということは、この率でいくと売上十二億円の場合、七・八千万円がいいところ。

っていうか・経常利益がそれだけあれば優秀な方で、日本の八割の会社が0％以下という情けない現状らしい。

ところで、スゴイ経常利益をたたき出す会社は・・株式会社一休

<http://www.ikyu.com/>

この会社は、社員数はたったの十八名。社員数一人当たりの経常利益金額はトヨタを上回るのでは??

俗に言うボロ儲け。悪徳リフォーム会社も真ッ青（笑）のビジネスモデルだ。

この会社の注目すべき点は・「客層」。

「いいものなら買っわ」「安いものなら買っわ」

エンドユーザーをザックリと「この二つ」の客層に分け、そして「いいものなら買っわ」という客層に絞った商品構成をしている。

ちよつとココで「値段は二の次、いいものが欲しい!」という「場面」を想像して欲しい。

人によってそれぞれ「場面」や「金額」に違いがあるものの、誰しも必ずお金を惜しまないシーンがあるはず。例えば・・

生死にかかわる時
メチャクチャ困った時
大事なものを守る時
見栄を張る時（愛人含む）
楽しみたい時
苦悩から逃れたい時
若さを保ちたい時
裏の欲求をかなえる時
冠婚葬祭の時
etc...

さらに所得の多い人は、その支払い可能な「金額」が高く、そしてその「場面数」は大衆層より確実に多い。

最近では少なくなったと言われていますが、名古屋の「結婚式市場」も、多くの人がその風習から「安さ」よりも「いいもの」を選ぶ場面のひとつと言えますねー

これらは「場面」にピタッとはまり、その「数」が多ければ、「莫大な利益が生まれる」、ということ。そこに競合他社がいなければ、なおさらです。

皆さんも、自分の商売で「値段は二の次、いいものが欲しい・売ってくれ」という場面を演出してみると面白いですよー。

愛人ちゃん、今度「指輪」買ってあげるからねー



あなたの商品は・
「いいもの」が欲しい
「安いもの」が欲しい

今月のウェブマーケティング

連載企画！間違いだらけの広告の常識



イイですか？

既成概念にダマされないでください～いネ～

前回のおさらい

その・・・広告を出せば売れる。

その・・・広告はアート、カラーで綺麗な方が売れる。

ワンポイントレッスン
「不買心理」・買わないには訳がある
あまりにもうまい話だ・・・うさん臭い！
こんなメーカー聞いた事ない・・・いまひとつ信用できない！
新製品だからもう少し様子を見よう・・・今後安くなるだろう！
複数の店で見積もろう・・・あの店の方が安いかも！
このように今すぐ行動しないには必ず理由があるのです。
誰も不安があるうちはまず行動しません。

その・・・広告は水物・・・結果は成り行き・・・

広告の結果を・・・あいまいにしていますか？

広告代理店は・・・あなたの広告の結果を分析して提供してくれますか？

おそらく反響がなければ、(広告代理店は)「一回で効果がありませんから、何度も続けなければなりません・・・」「スペースが小さいから大きくしないと・・・」と言って来ませんか？それを鵜呑みにした場合、儲かるのは誰でしょう？そう広告代理店です。(広告費を増やすのが彼らの仕事です、それが本業ですから・・・)

実は広告は科学的に分析できることを知っていますか？1回目に分析すれば、次回の打開策がつかめ、無闇に同じ広告を連発したり、無意味にスペースを広げたり、広告代理店の言いなりにならずに済みます。では広告を科学的に分析するにはどうすれば・・・(さらにそので説明)

その・・・広告は見込み客を集めるために出す。

広告の目的は？・・・売ることではありません。広告で物を買おうとすると、膨大なスペースが必要となり、目玉が飛び出るような予算を要します。では広告の目的は？・・・

ズバリそれは、あなたの商品・サービスに興味を示す、見込み客を集めることです。

その理由は、広告でふんだんに商品説明をすると、売り込みの匂いがプンプンして、さらに相手を警戒させ、逃がしてしまうからです。

その為に売り込み臭さを消して、売る以前に「興味があるお客さんに手を挙げてもらう」ことが最大の目的です。無理に追いかけずに、立ち止まった状態でのアピール法をとることによって振り向いてもらうことが目的です。

	間違った常識	実際は・・・
間違い	広告結果は水物・・・成り行き任せ・・・	広告は科学的に分析できる。
間違い	広告はモノを売るために出す。	広告は見込み客を集めるために出す。

さらに最終回に続く

読者の声…

みなさんも電子メールってよく送られてきますよねー。また、ブログやコラムなどを見る機会も多いですよー。

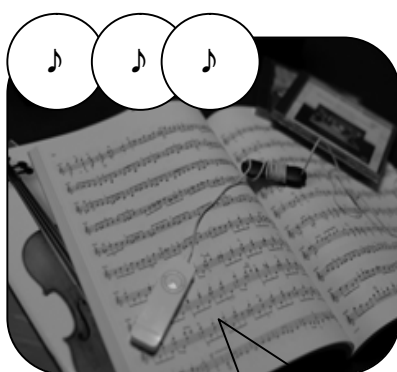
メールはほとんど、売り込みなどが多いので、ほとんど読まないのですが、たまにおもしろい内容に出くわす時があります。

また読んでいて、内容はおもしろいの、「なぜか？」読みにくいものがあります。「なんでだろう？」と分析してみると・読みにくいものは、行間を空けずにびっちり「ぎゅーぎゅー詰め」に書いてある場合が多いです。

「えー、どういふことか？」といえますと・読みやすい文章には「タン・タン・タタン」というようにリズム感があるのです。

永久保存版

行間を開けると読みやすいのは当たり前ですが、一行一行自体は、リズム感がなく単調なわけです。しかし、3〜4行のブロックになると、リズム感を感じる・まるでオーケストラがメロディーを奏でているようになるのです。文章も音楽と同じなんですねー。



本当にうまい文章は、「書いている人が喋りかけている」ようです。内容がおもしろく、文章の書き方のうまい人のメールは、届いてもなぜかうれしくなつてきます。こう思うのは、私ぐらいでしょうか。

紙媒体の場合も色の基本は、黒です。強調するところは、赤にするなど、二色ぐらいにするのが読みやすい基本系です。

そして2〜3行明けたら改行を多用して、読みやすくしましょうー。

それと、字の大きさも大事ですねー。行の長さは、30〜35行がベストです。入力面の端から端まで書かず、7割ぐらいで改行して書いていくこと。（これ重要）

ウェーブからのお知らせ：

ゴールデンウィークは、4月28日からですが、長いですねー。5月1日・2日以外はすべて休みで5月6日まで。当社も暦通りで営業おこないます。何かありましたら、早めにご連絡ください。ゴールデンウィークは、どこにも行かず、会社の近辺にいます。

編集後記： 前回のニューズレターで島田紳助さんの特集を書きましたが、いろいろと反応があり、感想を送ってもらいました。なかなかおもしろかったと言う内容が多かったです。

その中でも紳助さんの記事を送ってくれた人がいて、その記事の内容になぜかしびれてしまいました。記事の内容を知りたい方は、メールをください。お送りします。おもしろい情報がありましたら、ぜひ送ってください。お願いします。

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

戦略的ホームページ

検索