

ウェブの大切なお客様へお届けする“情報レター”

平成19年7月発行
第14号



福来(笑)売

わっはっは〜
ふくらいじょうばい



コロンプ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…



断食道場に行ってみましたか？
痩せたかなあ？

今月のワクワク笑点

「徳」がなかったらペケ
客観的に見る重要性
セールスレターについて
日本語ドメインとは？
お知らせ 編集後記

ココロ

「早く値上がりしてほしい。」まだ値上がりせんのか！」とギラギラして値上がりを期待する銘柄は、「購入しない」とのこと…

明治時代の実業家として有名な渋沢栄一さんのことを調べてみたところ、1100の企業に関係していたようです。そんな渋沢さんが大きな間違いをしていなかったのは、彼は、論語をすごく読んでいて、多分「徳」という視点から経営者を見ていたのだと思います。能力があっても、「徳」がなかったらペケだと。最近では、コムスン・ユニマット・アパホテル等いっぱいありますねー。能力はあるが…のような会社が。

自分で判断できる規模の会社じゃないと投資しない。これは、山一証券の株を大量に持っているの反省からきているようです。「大きな会社ほど無責任な会社が多い！」これは、サラリーマン社長が増えているからでしょうねー。

自己資本比率が高く、株価収益率と株価純資産倍率から見て、割安な株を購入していく。そして、何よりも“顔の見える会社を購入”する。

なるほど、最近のコムスンの事件や年金問題、いろいろあります。ギラギラ・無責任な会社や役所などいっぱいありますが、竹田さんから見た「徳」のある会社って少ないですねー。社会に貢献して「徳」を積んでいる会社を見つめることが、投資の一番の有効的な投資対象なんだな～と思いました。最近の事件となんか密接に関係しているようで、このニュースレターに書かせて頂きました。

投資銘柄を参考までに…真似て買っても儲かりませんとのこと、買うのであれば、私と同じ値段で購入しなかったら、駄目らしい…(笑)

『徳のある企業に投資しよう』

毎日、行きつけの喫茶店でスポーツ新聞・一般紙・雑誌等を見ながら、マスターやママさんと記事の内容を話します。「なんやこの事件は…。」「こんなもの流行っているの？」といいながらコーヒーを飲むのが日課です。よく行く街には、必ず雑誌や新聞が多く置いてあるお店を探しています。これもネタ探しのひとつなんですなー。

今回は、武田製菓会長
竹田和乎さん
の記事が目につきました。竹田和乎さんは、「タマゴボーロ」などで知られるお菓子メーカーの会長であると同時に、100社を超える企業の大株主です。保有銘柄のほとんどは中堅企業で長期保有が基本だそうです。



現在の保有株式の時価総額は数百億円・配当だけでも約4億円。私が注目したのは、ただの金持ちならあまり興味はないのですが、この投資方法がユニークだからです。投資の対象は、まず「配当」を重視しているようです。



客観的に見る重要性！

成功する販促ツールは「客観的に見た時」、
イヤらしくない原稿です。たとえば・・・

プロの手法・・・例えばダイレクトメール（以下：DM）を書いたとします。

当然、書いたときは鼻息も荒く？興奮していますから、原稿内容も「オーバートークや煽る文章」だったり、**売る姿勢がバリバリ出ている傾向**にあります。

要は自社商品の良さを知ってもらう為に、「**熱くなっている**」のです。（感情の高揚）

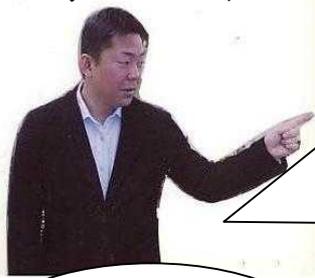
それを客観的に見るためには、**一週間放っておきます**。そして感情の高揚が収まったところで、再度読み直します。すると・・・必ず、「なんじゃ～こりゃ??」という部分があります。その部分を修正します。**時間が許す限り、それを繰り返します**。

もっとスゴイ手法は、実際に完成したDMを、自分宛に郵便で送ります。（もちろん、切手は貼ってポスト投函します）そして本当に届いたDMを郵便受けから取り出し客観的に開封して、客観的に読むのです。それで**欲しい（買ってみたい）**と思ったら、**成功DM**。

「なんじゃ・・・これりゃ～、欲しくない！」と思ったら失敗（修正必要）DMと定義します。

というわけで、客観的にチェックするのは、DM以外でも、作成済みの「ホームページ・チラシ」も該当します。というわけで・・・

録野のワンポイント アドバイス



最大の肝は・・・
販促ツールに魂を
込めることです！

ホームページ・チラシ
は、最低、月に1度は
見直しましょう！

見直す定義は、「作り手側でなく、読む側の立場になって」ながめます。

すると、おやおや・・・見えてくる、見えてくる。

押し付けがましい売り込み表現や、あいまいな表現、その表現を、読む側の立場になって修正します。

とにかくその時は、「**これしかない！**」と思いついて、**でいますから、時間が経過し、熱が冷めて、冷静に客観的にながめることができる頃が最適といえますよ**。

これを、繰り返し、繰り返し、試行錯誤することで、**チラシやホームページの完成度が高まります**。



誰でも「あるある～～」という例え話として・・・ラブレターなんか、後で読むと恥ずかしいものです。ましてや別れた人と「熱い時代」のものなんかを数年後に読んだりすると、**顔から火が吹くほど恥ずかしい**ものです。（笑）経験ありませんか？（くれぐれも奥さんに見つからないように～）
これと同じことが「販促ツール」でも起きたりします。クールダウンしてチェックする目を養う！これが重要です。

セールスレターが売上げに直結します。そこでセールスレターの黄金率を学びましょう！ まずは以下のレターをご覧ください。

間違いない教材選び

教科書完全準拠の勉強方法を扱ってます。株式会社 [] と申します。

今回は見本を送らせて頂き、誠にありがとうございます。

今回送らせて頂いたのは皆様お待ち待った、**教科書に100%** 合わせた勉強方法です！

今年度、中学校の教科書が大幅に変わりまして、内容・量ともがかなり今までより難しくなりました。

特に英語は、今までと違い、『読み』『書き』プラス『聞く』『話す』が中心の教科書になり、単語を書く事、文章を訳す事以上に、“耳で聞き取る事”、“話す事”が重要視されています。

その為、小学校のうちから、英会話教室などに通い、外人の先生の英語に触れてる子は90~100点、中学から急に英語を始める子が40~50点という学校も出てきています。

そのせいもあってか、最近、小中学生をお持ちのお宅では、一般の教材、塾、などをお使いのお宅がかなり多いです。いかがでしょうか？効果は出てますか？

塾も一般の教材も、かなり内容のいいやり方なんですけど、中学になるとうまく効果の出てるお宅がかなり少ないのはご存知でした？

なんで効果出ないの??
なんで点数あがらないの??

実は、**著作権** (ちよさくけん) という法律の関係で、一般の教材屋さんや塾などで使う問題集・

テキストは、**【教科書の25%までしか教科書に合わせてはいけない】**と決められています！

その為、 [] くんがこれから使う [] 中学校の教科書とは、表紙から内容までまるっきり違うんですね。

つまり、 [] くんが『今日の授業でここが解らなかったなあ』って所は、塾の問題集・テキストには一切載ってないんですね。

そこで、今回 [] () 中学校の教科書を作る [] の **著作権** をいかしまして表紙からイラスト、問題まで、 [] くんがこれから使う教科書とまるっきり同じ解説書を作りました！！

予約の受付終了も近くなって参りました。おかげさまで、残り部数もあとわずかとなりましたので、今回、簡単な見本を送らせていただきました。毎年人気の為、2度目のご案内はないと思われまして、この機会に『他の教科も見てみたいなあ』『中学校の情報も聞いておきたいな』という時は、是非、**明るくて♪楽しい♪** 指導員がお待ちする実物を [] くんとお父さんお母さんで、ご覧になってみてくださいね！！

解説

ヘッドコピー部
「えっ？どういうこと？」「知りたい~」と思わせること。

書き出し部
簡単なお挨拶、序章

読み手の共感を得る部分

業界の裏話・現状の問題点を述べて、相手に不安感を募らせ、その上で読み手に、「そうだよな~」「そうそう、そうなのよ・・・」と賛同して頂く。

信用を得る部分

自社の強み・信頼性・信念などを伝え、読み手の不安を取り除く。

クロージング部

意思をハッキリ伝える、希少性を演出して、読み手を焦らせる。

これは実際の教材販売の会社のものを事例としました。この会社はマーケティングを学んでいると推測されます。その上で書かれたレターでしょう。

もちろん、商品によってレターの長さは違ってきます、例えば住宅だったら、5枚も10枚も書きます。それは高額品になればなるほど、読み手の不信感を取り除く、共感を得る、信頼していただくという行為が難しいからなんです。しかし、最終的に購買決定に直結するのはセールスレターです。ニュースレターでモノが売れると勘違いする人がいますが、それは違いますよ。くれぐれも両者を混同しないようにご注意下さい！

鎌野と鎌田のなにげなくい会話



社長、
日本語ドメインキャンペーンやってますよ

「なんや、どこがやってるんや〜?」

「ところで【かまのたつや】・はとれるんか??」

MuMuMuドメインがやってます。

「んー・・・と、私の名前【かまた】はとられてるわ! ちつくしよ〜(誰や?とったん!)」

【かまた】??そんなんいらんでー!!

【かまのたつや】 みて〜

「そうですよね〜【かまた】は不要ですよね(怒)。

ところで社長、今後のことを考えると、はやく取ってる方がいいと思いますよー

「どれどれ・え〜と。(カチャカチャ・PCキーボード音)あります、ありますよ!とれますよ!

「年間のドメイン料金はいくらなん?

「今キャンペーン中なんで四百円です。

「ほ〜、やつすいな!」

MuMuMu
ドメイン



IE7 - Windowsでは、表示されますが、古いブラウザでは見られないんです・・・

「という事で早速取得しました。今はキャンペーン終了していますが・・・」

日本語ドメイン = 欧米では、すでに常識のように使われているアドレスバーに、直接ドメイン名(今回の場合は日本語ドメイン)を入力することによって、目的のホームページにアクセスする方法です。ドメインを SEO (検索エンジン最適化) の手法の一環として利用する方法は広く行われています。興味のある方はお問い合わせください。

社長のつぶやき:

暑い日が続きますね〜。それにしても雨が降らないな〜。
地元の高松は雨不足で、今年の夏は乗り越えられるのでしょうか・・・心配です。
高松のクライアントさんも多いので・・・

編集後記:

読んで頂いているみなさん、マーケティングのことについて少しは興味を持っていただけたでしょうか? 文章1つ書くのにもお客さんの読み手の立場に立って、色々考える必要があるのだと気付かれると思います。儲けようと思っっているうちは、お客さんの立場から離れていっていると思っして下さい。

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