

There are risks and costs to a program of action,
But they are far less than the long-range risks and costs of comfortable inaction.
(John F. Kennedy)

小さな会社やお店に大きな売上げをもたらす 心理学を利用した広告宣伝テクニック

酒井とし夫

<http://admarketing.jp/>

“あなたはこのEbookレポートを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公司・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）



■サイト「キャッチコピーと集客と広告宣伝テクニック」 <http://www.howtosuccess.info/>

■ブログ「1分で学ぶ！集客方法と広告宣伝とマーケティングのヒント」 <http://admarketing.jp/>

小さな会社やお店に大きな売上げをもたらす

心理学を利用した広告宣伝テクニック

こんにちは、酒井とし夫です。ビジネスでのマーケティング手法を学んでいくと、効果的なマーケティングテクニックやノウハウの根底には**人間の心理**があることが分かります。社会心理学を学んだ方なら分かることですが、TVで見かける「まずは、資料請求を！」というCMは社会心理学の「返報性の原理」という理論を応用しています。また、「単純接触効果」という理論も利用しています。

心理学は学問としての領域でのみ学ばれることが多く、ビジネスと関連付けて説明がなされることは少ないのが現状ですが、人間の心理は普遍的な領域ですからビジネスにおいて人間の心理をベースにしたマーケティングを構築するととても効果があります。

このことに気がついて人間の心理を利用したマーケティングを構築しているのはTVショッピングやカタログショッピングを展開する通販会社に多く見受けられますが、私は人間心理について熟知することは小さな会社の成功には欠かせないものだと思っています。本レポートでは、社会心理学の理論や考え方と、それらのビジネスでの応用例について簡単な解説をします。

本レポートがあなたの起業独立や会社経営の参考になれば幸いです。

酒井とし夫



ビジネスで利用できる心理学

※ < >内の各名称は社会心理学での正式名称だけでなく、当会で命名した名称も含まれています。

心理学理論その1 <外見>

「人は見た目ではなく、中身で判断しなさい。」とか「人は見た目によらない。」等と言われます。これは裏を返せば、「**人は見た目で判断する傾向がある。**」ということです。長期的にはその人の本質的な性格や技量が徐々に重視されますが、短期的には第一印象や容姿、見た目は軽視できません。人間は相手の体格、容姿、顔、服装から多くの影響を受けています。これはビジネスでも同様です。

従って、チラシやDM、カタログにあなたやスタッフの顔写真の掲載を行うのであれば、「あなたやあなたの会社に**抱いて欲しいイメージ**のする写真」を掲載することが基本です。具体的には「技術」を全面に打ち出したいのなら、スーツにネクタイ姿の写真ではなく、研究者やエンジニア、職人と言ったイメージを演出して撮影された写真を掲載します。また、撮影に際しては下方向から撮影するとアゴが上がって、お客さんを見下ろした感じになるので、アングルはやや上からです。また、背景にも気を配ります。下記の写真のように「自分や自社が見込み客に抱いてもらいたいイメージ」を表現する背景にする必要があります。TVでコメントする政治評論家は必ず背景に専門書が並ぶ場所で意図的に撮影を行なっています。



心理学理論その2 <ポジティブ表現>

「消極的」「落ち着きが無い」「協調性が無い」等の言葉からはマイナスのイメージを受けますが、それぞれ「思慮深い」

「活動的」「独立心が強い」等の表現に変えるとマイナスのイメージが払拭され、プラスのイメージが出てきます。

こういった表現の仕方をポジティブ表現と言います。

右図は通販生活（発行 株式会社カタログハウス）で毎年売れ筋商品上位にランクされるオイル内蔵型パネルヒーターです。

この商品はもともと「構造的にあまり暖かにならないヒーターなので、それまでわが国のデパートではさっぱり売れていないヒーターだった。」（「なぜ通販で買うのですか」 齊藤駿著／集英社新書）らしいのですが、「構造的に暖かにならない」を

「温風を出さないから、のどが痛くならない。」

という特徴に表現しなおし、寝室用の暖房器具として売り出したところ人気商品となったそうです。

「納期が遅い＝丁寧に仕上げるのでお届けに時間がかかる。」「重い＝重量感溢れる」「古い＝歴史と伝統のある」等、ビジネスにおいては自社、自分、商品、サービスをポジティブに表現したアピールを心がけましょう。



心理学理論その3 <希少・限定>

人間は数量が絶対的に不足しているものや、期限を限定されたものにより価値を置く傾向があります。モノが十分にある状態では「いつでも買える。」という気持ちになり買い手に選択権がありますが、「数や期間に限りがあり、今買わないと手に入らないかもしれない。」という状態では買い手の選択権が制限されてしまいます。

このように「本来自分が持っている当然の権利」が制限されたり、消滅すると人間は心理的に不安定な状態になります。心理学的にはこの不安定な状態は人間にとって居心地の悪い状態なので、その状態を回復させようとするために人間は希少・限定されたものを手に入れようとする傾向があるとされています。

このような理屈は別にしても日常生活の中で希少・限定されたモノに対しての価値が上がることは経験的に知っているはずで、これをビジネスに応用したのが「**限定** 10個限り」「**先着** 10名様限り」「数に限り有り。売り切れの際はご容赦!」「〇〇台の限定販売です。」「10日まで開催。お早めに!」「お申込みは〇〇月〇〇日〇〇時までとさせていただきます。」という表現になります。



心理学理論その4 <ピーク・テクニック>

通りを歩いているときに見知らぬ人に声を掛けられるときがあります。

「アンケートにご協力ください！」

大抵の場合、これで足を止めてアンケートに協力する人はほとんどいませんが、もし掛け声が次のようなものだったらどうでしょう。

「**17秒だけ**お時間下さいませんか？」

「**23秒**ですむアンケートにご協力いただけませんか？」

これでも協力してくれる人はおそらく少ないと思いますが、単に「アンケートにご協力ください！」と呼びかけるよりは相手の興味を惹いたり、「おやっ」と思わせたり、「何故、17秒なんだろう？」と思う人の割合は増えるはずです。相手の気持ちの中に「おやっ？」と思わせる言葉や問いかけ、身振り等を利用して相手の関心を引く事を「ピーク・テクニック」といいます。ピークは「好奇心をそそる」という意味です。

競合が広告で「30分で理解できる！」「徒歩20分」「わずか2,000円」「29歳まで」などとPRを行っていたら、自社は「たった28分で理解できる！」「歩いてほんの18分7秒ジャスト」「なんと1,980円だけ」「29歳と3ヶ月までOK」といった表現で、相手に「**おやっ！？**」という気持ちを起こさせましょう。

まずは立ち止まらせて、関心をもたせます。説明と説得は関心を持たせてから行ないます。

心理学理論その5 <モノより思い出（機能よりイメージ）>

商品説明は機能の説明ではなく、その商品を手に入れたらどのようにお客の得になるのか、どのようにお客の生活が豊かになるのか、どのような生活が享受できるのか、を伝えます。

自動車のショールームで次の様に説明されたらどんな感じがするでしょう。

「いらっしゃいませ。こちらの車いいでしょう。車の全長は3,845mmで、中は広々設計、エンジンは水冷直列4気筒横置SOHCで総排気量は1,339cc。もちろん低燃費で経済効率も抜群！スマートカードキーやドアミラーウインカー、エアクリンフィルターなどの充実した装備と、専用ボディカラーの特別仕様車となっています。最小回転半径は小回りが効く4.7m、先進スタイルで幅広い年齢層のお客様に好評なんですよ。」

・・・今時あまりいないと思いますが、これだと機能説明ですよ。

一方、

「こんにちは。奥様がお使いになられるのですか？セカンドカーですか。お買い物とかお子様の送り迎えにはこれくらいの大きさの車がちょうどいいですよ。**狭い路地でも運転が楽だし。**でも、見た目より中はゆったりしていて広いんですよ。よかったら乗ってみて下さい。」

・・・ねっ、結構**手足も伸ばせるでしょ。**同じクラスの車ではこの車が一番室内空間が広いんです。お子様がいらっしゃるご



家庭の2台目の車として開発しました。塾や学校の帰りにご近所のお子さんとかを一緒に乗せてもゆったりしてますし、このシートも3秒で倒せるのでちょっと**大き目のお買い物**をしても大丈夫です。

それから車特有のにおいもあまりしないでしょ。この車にはエアークリーンフィルターも標準で装備されているんです。

アトピーや花粉で悩んでいる方にも好評なんですよ。目がしょぼしょぼしながら運転って危ないですね。

もしよかったらハンドル回してみてください。ねっ、手にしっくりくるでしょ。このハンドルは**女性の手のひら**に合わせてあるんです。この車最小回転半径は4.7mなんですけど、日本の**スーパーの駐車場って狭い**じゃないですか、これだとハンドル操作が楽で小回りが効いて駐車場に入れるのが楽だって皆さんおっしゃるんですよ。前も見やすすくないですか？

もちろん燃費もいいので、ご家族でドライブに行かれても**ガソリン代の節約**もできるんです。」

・・・このような説明なら機能の説明ではなく、その商品を手に入れたお客の生活をイメージさせていることになります。

「モノより思い出（機能よりイメージ）」を重視する説明方法は今では当たり前ですが、それでも自分がビジネスをする段階になると「機能」を目一杯説明している人がいます。ホームページを見ても「機能説明型のホームページ」が今でも多く見受けられますので注意してください。その商品やサービスがもたらす相手のメリットや生活の変化をイメージさせるよ

うにし、**五感に訴える**ことが重要です。

お客さんは「良いから買う」のではなく、「良いと思うから買う」

以上、ここまで社会心理学の基礎理論とその理論のビジネスへの応用法、そして応用実例をほんの一部ですが解説してきました。効果のあるセールステクニックやセールストーク、マーケティングの手法には人間の心理に立脚した「心理学的に理にかなっている」ものが多いのです。

あなたに利益をもたらしてくれるのは感情を持つ人間です。「買い物をする人のほとんどは理論ではなく、感情で決断をしている。」と言われます。

良いから買うのではなく「良いと**思う**から買う」のです。安いから買うのではなく「安いと**思う**から買う」のです。重要なのは「人間の心」なのです。

スモールビジネス（小さな会社）を目指す起業家は最小の投資で効果的な結果を手に入れることが成功の要素となります。そのためには「多くの人間に見られる傾向、特徴」を学び、人間の心理を理解して、確率的に、それをビジネスに活かす必要があるのです。

以上、本レポートが皆さまのお役に立てましたなら幸いです。

酒井とし夫

PR／酒井とし夫のセミナーDVD・Ebook・他

■酒井とし夫の小さな会社やお店向け セミナーDVD

◆『お金をかけずに売上げを伸ばす！7つの広告宣伝販促ノウハウ』

<http://www.howtosuccess.info/dvdsale/dvdindex.html>

◆『インターネットビジネスと広告宣伝心理術』

<http://www.howtosuccess.info/study/interbiz.html>

◆『世界のトップエキスパートが集結！ヤニクシルバー記念セミナー完全版』

<http://www.middleage.jp/ynk/ynk.html>



分かり易くて、どんな業種にもすぐに
応用できる集客と広告、販促ノウハウ
が満載と好評のセミナーDVDです。

■酒井とし夫の書籍

◆『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）

◆『売れるキャチコピーがスラスラ書ける本』（日本能率協会マネジメントセンター）

“999人に反対されても自らの可能性を信じて努力する真面目なあなたは必ず1人の成功者となる。”

執筆：酒井とし夫

所在地：〒949-0303 新潟県糸魚川市田海 2886-1

e-mail：info@middleage.jp

tel 025-562-2715

事業内容：ビジネスコンサルティング事業／トレーディング・インストラクション事業／IT 講習事業

<http://www.howtosuccess.info/>

『私は「999人に反対されても自らの可能性を信じて努力する真面目なあなたは必ず1人の成功者となる。」を理念とし、真面目なインターネット起業家、SOHO経営者、ネットショップオーナーが成功し続けるための考えた方、経営戦略、マーケティング戦術を公開、提供しています。起業家、SOHO経営者、ネットショップオーナーが目指すものは「起業すること」や「一時的な目先の売上げの増加」ではなく、「自らの才能、能力、経験、知識を活かして人に喜ばれながら、永続的で安定した収益を手に入れ、自分の人生の目的を実現すること。」にあります。これを達成するためには自分の能力や才能の理解、人生の目的・目標の明確化、計画立案、成功思考、経営戦略、経営戦術、人間心理の体系的な理解と実践、検証が必要です。現在、私は自らの成功や失敗の実体験、知識、ノウハウを本書のような無料レポートやセミナーDVD、Ebookを通して提供しています。』



(法律上の記述)

本書の著作権はファーストアドバンテージに帰属します。

本書の一部、あるいは全部を著作権者の事前の書面による許可なく、あらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、テープレコーダー、DVD、CD等）により複製、流用、転載、転売（オークションを含む）、無料配布、再販等を行なうことを禁じます。

本書は適切な情報提供を目的としており、著者は本書の主題に精通していますが、本書の内容は専門的な経営上のアドバイスを提供するものではありません。また、企業経営における特定の利益、効果を保証するものではありません。法律上、また経営上のアドバイスが必要な場合には専門家のサービスを受けてください。

本書の読者が経営上の判断を行なう場合には、読者本人の責任において決断してください。本書の読者によってなされたビジネス上の決断に起因する結果についてはファーストアドバンテージ有限会社ならびに本書の著者は一切の責任を負いません。