



上田商店 ニュース

vol. 148

平成26年11月17日(月)

制作:上田商店サークル会
AM8:00送信

年末・年始商戦の準備はいかがでしょうか

今年も余すところ1ヶ月半となりました。年末・年始商戦の準備はいかがでしょうか。今回もサークル会メンバー各自で様々な情報を持ち寄り話し合いました。掲載外では、新メンバーが各社を回り感じたこと「工場の美化が必要」という意見もありました。再度確認する事が大切かと思います。また、集客の方法はポジティブに考えれば色々とあり、どこにでもあるのではと改めて思いました。待ちの商売はダメ、トップの考え方次第でどうにかなるように感じました。

上田サークル会 会長 上田 良堂



社長	専務	部長	

—上田サークル会 例会報告—

今回も他業種情報を含め提案をまとめました。

消費者心理をマーケティングに活かす

匠 英一教授(デンタルハリウッド大学)の「消費者心理をマーケティングに活かす方法」の解説の中で、マーケティングに活用できる心理学のエッセンスが紹介されていました。専門家でなくてもビジネスに応用できる項目の中から参考になるものをピックアップしました。

■心理的サイフは「損したくない」VS「得したい」で考えよ!
2つの気持ちは、均等ではなく、同じ金額なら利益より損失を大きく感じるため「損したくない」意識が強くはたらく。

損失回避性という行動経済学の考え方からとらえると「今買わなければ〇〇円損をする」は人間の「損したくない」という心理に訴えるものであり「〇〇円引き」という「得したい」気持ちを刺激するものより広告効果が高いと言えるのです。

●損失回避性を利用した効果的なキャッチコピーの例
× △△円お得なこの機会にぜひご利用ください!
○ △△円お得なこの機会をお見逃しなく!(見逃したら損)

■比較の基準となるイメージを消費者に与えよ!

売りたいモノだけを売ろうとすると逆に売れない。

比較するモノやコトバが大事であることを理解しよう。

松・竹・梅のランクを設けると、心理的サイフの比較基準ができる選びやすくなる。これは、対比の心理効果を利用するもので基準をお客様に持たせることがポイントです。松・竹・梅という3つの価格の商品がメニュー化された場合、消費者としては見栄もあるため、最低ランクの商品より少し上のランクを選べば格好ができます。

松・竹・梅でもっとも売れるのは「竹」であり、最初からそれを売るために松と梅を用意することが、マーケティング心理の発想です。

お客様が喜んで満足することを

実家に帰った時、ふとんのクリーニングが届いた。ふとんと一緒にチラシも入っていた。ふとんに関する取り扱い説明やクリニック内容が記載され、干し方・保管の仕方などワンポイントアドバイスも載っていた。集・配を含め母親は大変満足していた。

販売からしっかりとアフターフォロー。そして、買い替え割引きなど、システムがしっかりしていると思った。

家庭用ドライクリーニング機の発売

世界最大の一般消費財メーカーと家電メーカーは、家庭用ドライクリーニング機を当初は9月より米国のみで発売。コンパクトなサイズ(高さ1.3m、幅43cm)で洗濯には水も不要、時間は10分。衣類の汚れを落とし、乾燥・アイロンがなされる仕組み。本体価格は、499ドル(約5万円)、洗剤は、12回利用で700円。今後の動向を注視していかなければならないと思う。

※詳しく知りたい方はネットで検索してみてください。
デザインもスッキリ

官民連携で「古着リサイクル」事業

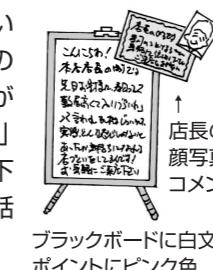
北九州市で民間企業と行政が連携した「古着リサイクル」事業が始まった。クリーニング店や区役所に回収箱を置いて古着を集め、自動車用の遮音材としてリサイクルする。

参加するクリーニング店の社長は、『事業に参画することで付随するものが見えてくると思う。何かやることで、関連する何かを生み出していきたい』との事。

ブラックボードで売上急増

「ホームセンターでブラックボードを買ってきて、それを店頭に置きましょう」とアドバイスを受け、とりあえずやってみた小樽の(格式高そうな)寿司店の店長。手書きのブラックボードに店長の顔写真とコメントを書いたものを右上に飛び出させて掲示した。ダメもとで置いてみたら……、いきなりお客様が激増した。

【うまくいった理由】●手書きという親しみやすく、写真が飛び出していることで老舗らしい構えの店頭で目立つ。●文章が「お気軽にご来店下さい」とか「気楽に話しかけて下さい」などお客様との対話になっている。



本業と無関係のサービスの提案

パチンコに無関係のサービスだけのパチンコ店のチラシが新鮮だった。

これを使えないか?●コーヒー無料●お子様には飴取り放題…など全く関係ない事をすることで興味が無かったお客様を店に誘導する。集客効果の高いチラシにならないか?

お客様に反応してもらえるコツ

「〇〇で悩んでいませんか?」と問い合わせる事で、考えてもらい、自分に関する答えを「聞く姿勢」になってもらってから、「商品やサービスの良さ」を投げかけると、スムーズな流れで行動してもらえる。

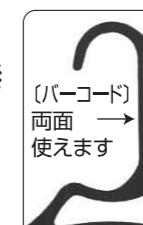
お客様に反応してもらえるコツの1つです。

新発売! シンプルレディースC(キュート)

女性らしいキュートなシルエット
衣服に優しい曲線的な肩形状

肩まわりの
シルエットを保持
厚みのある
曲線的な肩形状

～お試し～
100本入
小箱発売中



バーコード付

仕様は共通です
■長さ:380mm
■厚み:10mm
■ズボン掛け巾:335mm
■カラー:黒

- 包装:1ケース400本入(400本×1箱)
- 材質:ポリプロピレン
- 用途:女性服

■シンプルレディースC 23.50円 ■100本入りシンプルレディースC 33円 ■バーコード付 24.50円

▶詳しくはwebで URL:<http://www.maruso-industry.com>

<製造元> マルソー産業株式会社 TEL:093-481-1122 FAX:093-481-3639

この情報に関するお問い合わせ・ご注文は、
お気軽に右記の(株)上田商店までお願いいたします。

□電 話 06(6633)4621
□F A X 06(6633)4625

担当:上田
(24時間受付中)

□営業時間 AM 9:30~PM 5:00(月~金)
□U R L <http://www.uedashouten.jp/>