

# このテキストの使い方

---

---

ダウンロードありがとうございます。

一緒にダウンロードされた音声ファイルがあります。  
音声ファイルを聴きながらこのテキストをご覧頂くこと  
をお勧め致します。

また、ワーク用の画像ファイルも別途ダウンロード  
にご利用下さい。

(このテキストをDLしたサイトがございますがまだダウンロードされていない方はこちらからどうぞ <http://tinyurl.com/2wajsh>)

それではお楽しみ下さい。

# 1人ビジネス大学 本コース - 守 - 第2号

---

## ーセールスツールー



1人ビジネス大学主宰 西田 光弘

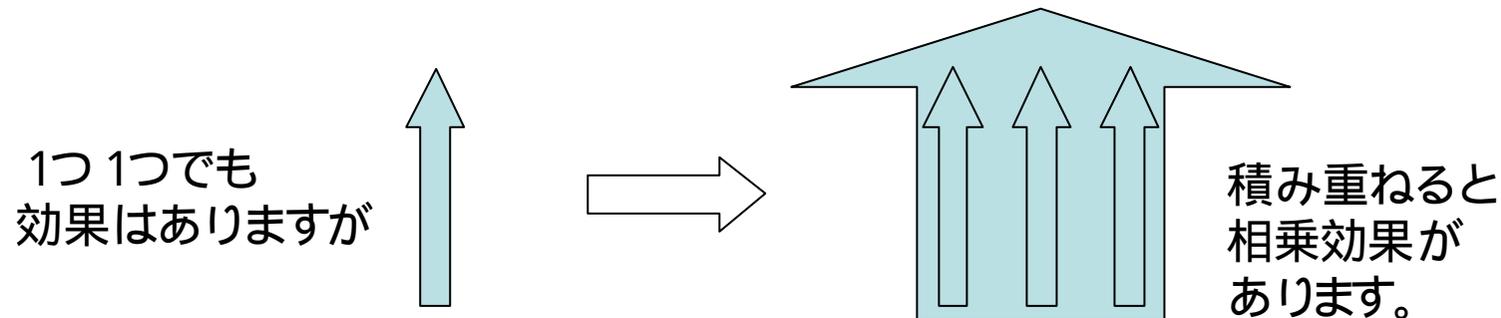
---

# 前回のおさらい

---

---

- **本コースから得たいものを忘れずに。**
- 言葉の意味などわからなくなったら  
前に戻って聴いてみて下さい。
- **戦術と戦略 = 見えるもの見えないもの**
- **ワークを是非やってみて下さい。**



# 今回はセールスツールです。

---

---

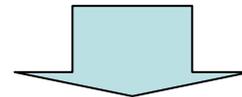
- セールスツールとは = \_\_\_\_\_ に繋がるもの全て  
Ex: 名刺、リーフレット、パンフレット、DM、葉書、フリーペーパー、etc...

戦略

セールスツール



お店が何をしたいか見えてくる。



今回はチラシを中心に  
「仕組みメガネのつけ方」、「見抜き方」、「考え方」をお話します。

# 家や会社に届くチラシ

---

- 無意識に捨てていたチラシから沢山学べる。



# 捨て続ける人、毎日一つでも観た人

戦術・戦略を見抜く目はどう変わるでしょうか？

100個見続けた人



毎日捨てている人



ご自身の変化を是非感じてみて下さい。

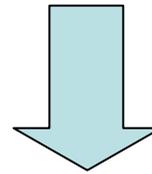
# ワークについて改めて

---

---

「正解、不正解」「あってる、あってない」  
「レベルが高い、低い」は関係ない。

(1号でもお話しました)



考える事、考える\_\_\_\_をつけること  
が大切である。

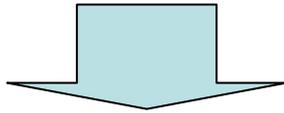


# 自分と違う業界だから

---

---

関係ないといって情報を捨てないで下さい。



\_\_\_\_\_は繋がっている。



- 特別な業界はない 何でも参考にする！
- 裏にどんな\_\_\_\_\_があるのか見抜いていく

# セールスツールの例

---

---

- 名刺、ポイントカード、パンフレット、封筒、HP、DM、プロフィール、リーフレット、配布されているティッシュ、etc...
- 今回はチラシを中心に話す。  
他のツールにも\_\_\_\_できる。

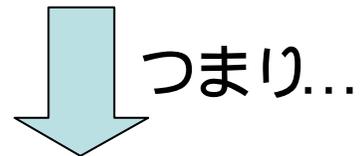
# 今回用意した例について

---

---

ピザ屋、ほか弁、スパ  
印刷業界、新聞

- たまたま手に入ったので使っている。



# ワーク1 (ピザ屋さん)

以下のチラシを観てどんなところを自分が見ているのか、何を感じるのかを観察してみてください。

別途ワーク用の画像ファイルを参照下さい。

(このテキストをDLしたサイトがございますがまだダウンロードされていない方はこちらからどうぞ <http://tinyurl.com/2wajsh>)



# ピザ屋について西田の観察例

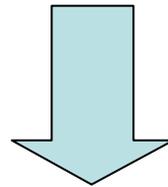


# 何を見て頂きたかったか。

---

---

- お客様としてどう反応しているのか。
- 反応した理由も分析してもらおう。
- 反応する人がいればしない人もいる



結果...

ちらしをつくる時にお客さんのDBができている

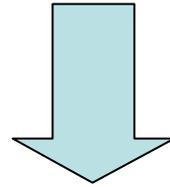
= \_\_\_\_\_ モード

# もう1つのモード

---

---

\_\_\_\_\_モード



- 商売をする側のモード
- 設計者側としてのモード
- 「\_\_\_\_\_」を考えながら見る。
- お客さんと経営者を行ったり来たりできる。

# ほか弁の例



絶賛公開中!!  
**ドラえもん キャンペーン**  
3月16日(金)~4月8日(日)

**Kids Course** ドラえもん&ドラミちゃんが  
絵こしてくれるよ!  
目覚まし時計(1台) 1,000円

**Family Course** 箱の中にドラえもん  
&ドラミちゃんがいるよ!  
絵皿セット(計8枚) 1,000円

**応募方法**  
期間中、店頭にて前払購入500円ごとに「キャンペーン応募券」を1枚お買いいただきます。この専用応募券がなくてもは  
賞品が半分に「キャンペーン応募券」2枚をしっかりと貼り、応募事項をご記入の上、郵送にて応募ください。

**応募上の注意**  
※応募券は1枚につき1枚の応募券に限り有効です。応募券は1枚につき1枚の応募券に限り有効です。応募券は1枚につき1枚の応募券に限り有効です。  
※応募券は1枚につき1枚の応募券に限り有効です。応募券は1枚につき1枚の応募券に限り有効です。応募券は1枚につき1枚の応募券に限り有効です。

**応募締切** 2007年4月18日(水) 当日消印有効

**当選発表** 厳正な抽選の上、5月下旬頃にホームページ、  
店頭で発表します。

- ずいぶん前から告知していた力を入れている?
- お子様向けの弁当が終了してドラえもんセットが販売されている。
- なぜ、ドラえもんとほか弁?
- コンビニチェーンでもやっている。
- ドラえもんの映画側が仕掛けた? と推察ができる。



New & Limited

数量限定

Webページのコピーです。

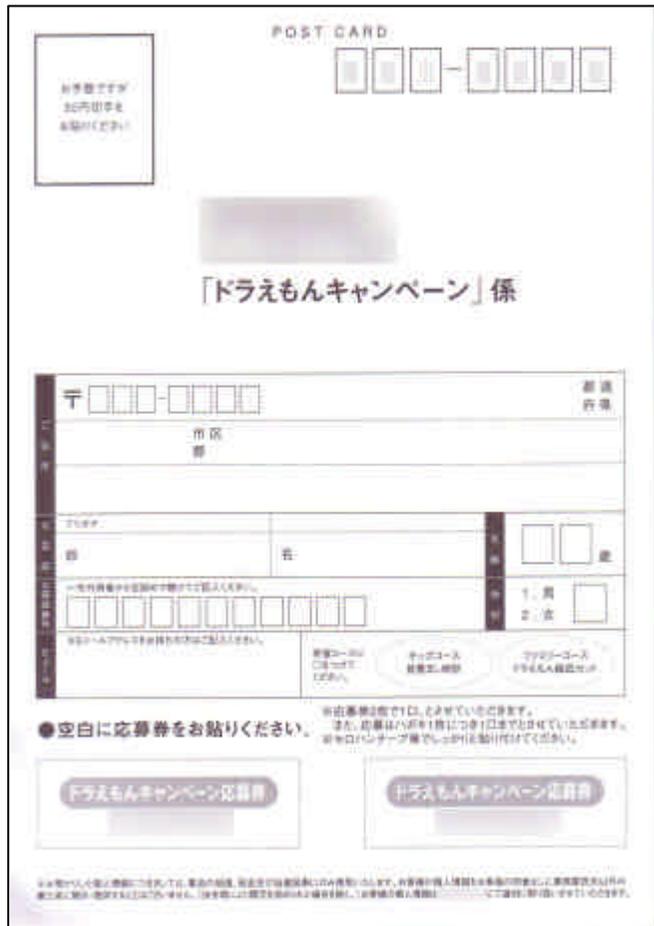
**ドラえもんセット**  
※オリジナルフィギュア付き  
3/16~期間限定新発売

※ドラえもんセットはご好評につき、一部店舗での販売が終了しております。  
詳しくは店舗にてお問合せください。

500円

裏を見ると..

# ほか弁の例 裏面



- 応募に住所をとる。
- ほか弁からDM？
- 地域ごとの情報をあつめてるのでは？ (石丸)  
それは絶対違う」ということではない。そういう考え方もあるね。

たまたま捨ててしまうものからもこれだけ考えることができる。

# ワーク2 (スパ)

以下のチラシを観てお客さんモード、観察モードで見てください。 (\* 別途ワーク用の画像ファイルを参照下さい。)



# スパについて西田の観察例

1. 茶色系雰囲気よさそう
2. イメージ広告？
3. 裏を見てみよう。

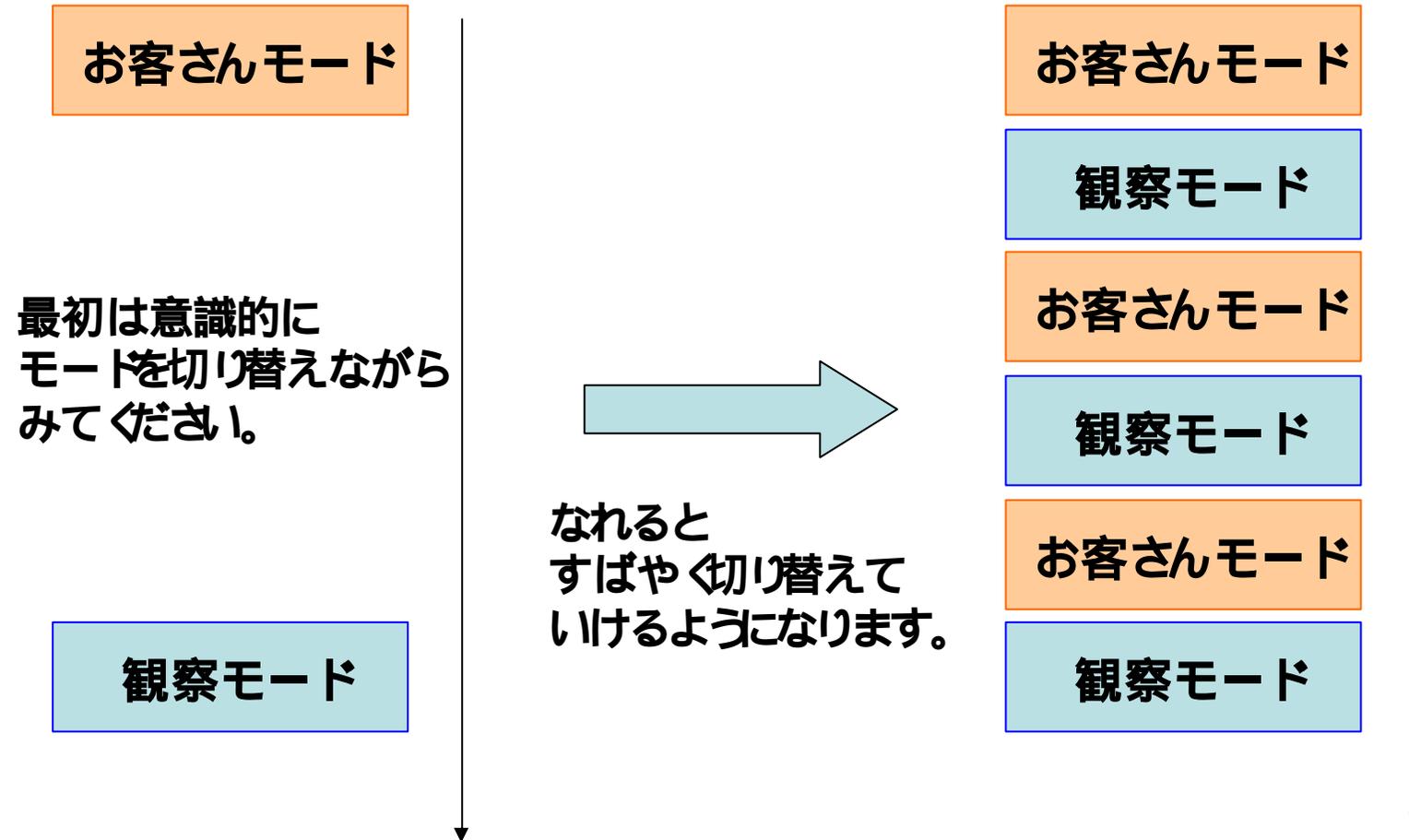


# スパについて西田の観察例

4. 10%OFF
5. つかみになってるな。
6. 値段はいくらだろう？



# 二つのモードの補足



# スパについて西田の観察例

## 7. 値段はこれか



# スパについて西田の観察例

8. メジャーリーガーが載ってる。

9. 気持ちよさそう

10. いきたいな。

11. 場所は...

(最終受付20:30)  
す。男性のご入浴は出来ません。

12. 女性専科...



# あらためてワークの正解について

---

---

- 正解が大切ではなく
- アイデアが出たこと、観察したことが大切。
- どんどんDBがたまっていきます。
- あってる、まちがっているではない見方に慣れてみてください。

# もうひとつの見方

---

---

- \_\_\_\_\_ という視点
- \_\_\_\_\_ という視点

# ワーク3 (印刷・新聞)

以下のチラシを「作りこんでいるか？」「儲かってるか？」という視点で見てください。

(\* 別途ワーク用の画像ファイルを参照下さい。)



新聞

印刷屋さん

# 二つの視点で見る理由

---

---

- チラシは\_\_\_\_\_がかかっている。
- 経営者としては効果があるものは\_\_\_\_\_。
- ないもの\_\_\_\_\_。
- 作りこまれている、儲かっているものは自分に\_\_\_\_\_可能性がある。
- DBが貯まっていけば見分けられるようになってくる。

# 新聞について西田の観察例

- 沢山の申し込み方法
- セールスツールの王道
- キャンペーン番号
  - 儲かるか判定できる
- つまり儲かってる？



# 印刷屋について西田の観察例

まずは仮説 + 理由を立てて見てください。自分の中に基準ができていきます。

1. いっぱい情報があるので作りこんでる(?)
2. カラーコピー 29円って安いのか?

# 印刷屋について西田の観察例

4. 個人では頼まない
5. そういう人を相手にして  
るなら儲かってるので  
は？
6. 裏を見てみると

# 印刷屋について西田の観察例

7. 価格破壊・・・
8. 西田のDBでは価格破壊と書いてある会社は潰れることが多い。
9. サービス券があるから儲かってる？

# 一通りみて

---

---

- 何度もいいますが、本当のことはわからない。
- 3ヶ月の中で時系列でみることも大切
- 同じ会社のチラシが入るのかを見ていく
- ひとつの基準として
  - 「ちらしがころころ変わる」 儲かっていない
    - テストマーケティング中の可能性もある。
  - 「同じチラシがくる」 儲かっている。
    - 会社の規模によっては単なるイメージ広告の場合もあるので注意が必要

# 二つのモード・二つの視点

---

---

- 二つのモード
  - お客さんモード・観察モード
- 二つの視点
  - 作りこんでる？ 儲かってる？
- 戦術 ( \_\_\_\_\_ ) から \_\_\_\_\_ ( 見えないもの ) を推測すること」がなにより大切



# DBが貯まっていくと

---

---

- 時系列でみていくと証明されていくことがある。
  - あのチラシはいいチラシだった。
  - あのチラシはよくなかったんだな

# こんな不安 1

---

---

- 間違ったDBを貯めないか  
先に貯めると説明が理解しやすい。  
ない状態で説明を受けても腑に落ちない。  
フックとして自分の価値判断をつける。

# こんな不安 2

---

---

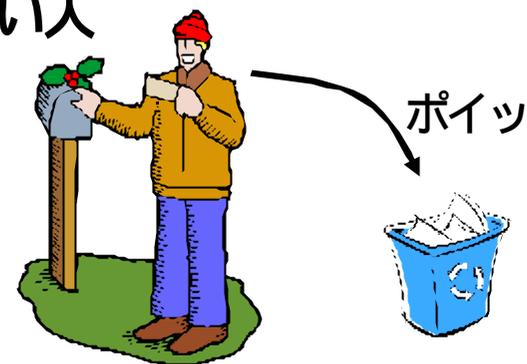
- 一度やったけど、ちんぷんかんぷん・・・
  - 量稽古が必要な部分
  - こつこつやっていたあなたの体験を探してみてください。
  - 西田の例 鉛筆回しの話。

# やり方をお話しましたので

- ぜひやってみてください。



なにもしない人

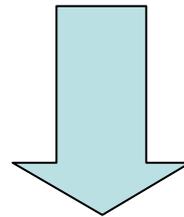


- 観察したことをぜひ、MLにあげてみてください。
  - チラシと意見をあわせてアップしてみてください。
  - チラシだけをあげるのはしないで下さいね。

# チラシを中心にお話しましたが

---

- チラシをまかないから、ではないことがお分かりいただけましたと思います。
- 世の中のセールスツールに活用ができますので、活用してみてください。



まずは手に入りやすい  
チラシからやってみてください。



# 次回は...

---

---

- 価格体系についてです。

追伸：

音声終了後、西田が追伸を話しています。

# 西田光弘への連絡先

---

---

株式会社 サポ - トプロ

〒221-0834 横浜市神奈川区台町13-17 401

[dai@support-pro.jp](mailto:dai@support-pro.jp)

URL : <http://www.wakuwakuwork.com>

メールマガジン : 1人ビジネスであなたも年収 1000万円稼げる!

制作 クリエイティブサポート 石丸 ひろし

連絡先 [hiro@mosmos.jp](mailto:hiro@mosmos.jp)