

仕事と論語と蕎麦打ちが大好きな月本康寅がお届けする

# たんぽぽ通信

◆集客・営業・広告・販促・マーケに役立つビジネスコラム 2022年2月4週号

## ■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

反応の良いキャッチコピーを書くためのコツはお手本となるコピーをマネして、自社に応用することです。今回は雑誌、新聞、サイトや書籍タイトル等で見つけたお手本となるキャッチコピーを紹介させていただきますので、あなたの会社やお店でのコピー作りの参考として下さい。

### ■『〇〇解説書 ボリューム No. 1』

私は「ナンバーワン」「オンリーワン」「ファーストワン」があればそれを広告で訴求しましょう、とよく言います。上記のコピーは本の帯に書かれていたコピーですが、「ボリュームがNo. 1」だと訴求していました。

つまり、同じような分野の書籍の中ではページ数が一番多くて分厚いということを訴求しているのです。このような「厚み」「ボリューム」だけでも訴求ポイントになります。



「うちにはナンバーワンは無いなあ」という人がいますが社員数でも、社歴でも、商品数でも、お客様の数でも、商品の厚みでも重さでも高さでも、店長の体重でも、チラシの配布部数でも、座席の数でも、社員の平均年齢でも、労働時間でも、掃除の回数でもなんでもいいのです。

大切なのは「ナンバーワン」「オンリーワン」「ファーストワン」であるということ自体が人の印象に強く残り、購買に影響を与えるということです。

ちなみにプレゼンテーションで配布する資料の厚みや、交換する名刺の厚みも相手の心理に影響を与えることが心理学実験で分かっています。「軽い」「薄い」資料や名刺だと、その中身や営業マン自身が「軽く」「薄い」と思われてしまうのです。

●本記事は契約のうえ、ビジネス心理学講師・酒井とし夫さんが寄稿しています。



私の約束

リフォームの提案は、お任せください！  
知識と智恵と豊富な経験で、必ずあなたの悩みを  
ズバリ 解決します。

月本建設（株）代表取締役 月本康寅  
電話/086-275-0676  
FAX/086-275-5267  
メール tsukimoto-cop@wind.ocn.ne.jp

ホームページ

月本建設

検索

4つの資格のプロ  
だから安心です！

1級建築士  
1級建築施工管理技士  
1級土木施工管理技士  
宅地建物取引士

「頼んで良かった」(v)と言われる会社です！