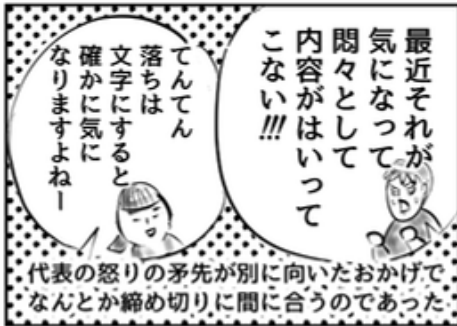
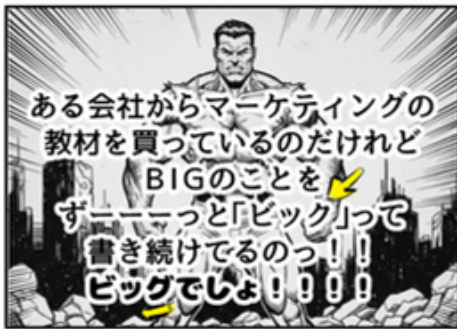


助けて道場さん!! part3
お助け



作・松山

あおい通信 5号

トカゲ だったかもしれない人 にカフェで遭遇

こんにちは、
あおい総研代表の道場です。
先日カフェで仕事をしていたら、近くの席からこんな会話が聞こえてきました。



客「こないだ、有名な、陰陽師的な人に 前世を見てもらったんやけど」
 道（ふん、非論理的な下らん話をしてるな）
 客「そしたら、前世トカゲって言われて」
 道（トカゲww）
 客「なんなんそれ？って思っ。」
 道（まあ、せやろな）
 客「セカンドオピニオン的に、他の能力者にも 見てもらったんやけど」
 道（前世見るのにセカンドオピニオンって言う？w）
 客「そしたら、他の能力者にも『トカゲ型の宇宙人 です』って言われた」
 道（概ね合ってる・・・）



色々情報量が多かったですが、私もこんな話ができるようになりたいと思いました。

ゴールデンウィークの由来をご存知ですか？

みなさん、ゴールデンウィークは満喫できたでしょうか。
実は「ゴールデンウィーク」という名称は、**映画会社（大映など）が宣伝目的で広めたもの**と言われています。
放送業界の「ゴールデンタイム」になぞらえ、映画館への来場促進のマーケティング用語として使用され、一般にも定着していきました。
日常の言葉や習慣にも、意図的な仕掛けが潜んでいるんですね。



売上・利益アップ＝新規集客ではない!?

「売上・利益を上げたい」と考えたとき、真っ先に新規集客だけを思い浮かべていませんか？しかし新規集客にはチラシや広告などのコストがかかります。例えば、1万円の広告費をかけて1万円の売上が立っても、手元に利益は残りません。ですが、そのお客様が2回目、3回目とリピートしてくれたらどうでしょうか？広告費は新規ほどかからないため、利益もしっかり確保できます。ですから利益を増やすには、一度来てくださったお客様に「再来店」してもらおう仕組みが不可欠なのです。再来店を促進するコストは、新規顧客を獲得するコストのわずか「5分の1」で済む（マーケティング用語で「1：5の法則」といいます）と言われています。もちろん新規顧客は未来のリピーターなので、そこにコストをかけるのは超大事ですが、「イマイチ利益が残らない.....」とお悩みの方は、リピーター対策もしていきましょう！※あおい総研でもリピーター対策への取り組みをしているので相談してくださいね。（青山）



スタッフ日記：三木

こんにちは！事務の三木です。

実は道場（以下、社長）は、大学の合気道部の先輩です。社長は私が入部した時の4年生で、上下関係がしっかりした部活だったので、近寄りたがい存在でした。その上、入部してすぐに「声出し」があり、4年生の先輩の前で、名前、出身高校、趣味等を体育棟の屋上で叫ばなければなりません。先輩によってタイプは様々で、**社長はものすごい冷静タイプ**。冷たく「もう1回」「もう1回」と延々と繰り返し叫ばれるので、1年生の間で「**道場先輩の日じゃありませんように**」と恐れられていました…。でも、「声出し」期間が終わると、カードゲームで遊んでくれたり、お弁当を買ってくれたり、とても優しいお兄さんに変身。そんな先輩に誘っていただき、気づけば勤続10年以上となりました。ちなみに、**社長は関節技がとてもお上手でしたので、皆様お気をつけください！**



道場の知られざる
一面を暴露

松山おすすめ「サスペンス映画」

アカサ・クリスチ原作
法廷サスペンスの
金字塔!!



1957年製作
70年前の映画!
↓
全色ではない名作
です!

こんにちは。統括の松山です。私が紹介したい映画は「情婦」です。アガサといえは「オリエンタル急行殺人事件」「ナイル殺人事件」など有名ですが、小説と映画では評価は分かれるようで…。(小説の方が面白い・)しかしこの「情婦」は七十年前の白黒映画にも関わらず、映画としての完成度も素晴らしく、何度か視聴しているのですが、何度観ても毎回驚かされます。個人的にナンバー1の映画です。原作は短編小説「検察側の証人」で、パッケイジや邦題でいかかわしい映画なのですが、生粋の法廷サスペンスです。私はサスペンス・ミステリー好きなので、もしこの作品オススメだよ! というものがあれば是非教えてください。

2時間以上待っても食べたい!

静岡のグルメ「さわやかハンバーグ」

こんにちは、青木です。

先日、はじめしゃちょー(大人気YouTuber)の激推しに負け、家族で静岡へ「さわやかハンバーグ」を食べに行ってきました。結論から言うと、そこは地獄でした。

1日目、軽い気持ちで店を覗くと「3時間待ち」の看板。あえなく撤退。

2日目、「今日こそは」と朝イチから並ぶも、宣告されたのは「2時間待ち」。

静岡の人は忍耐力の塊か何かなのでしょうか。

ようやく目の前に現れた念願のハンバーグ。

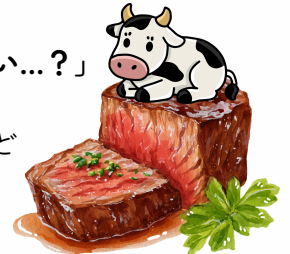
ナイフを入れると、中は完全に「事件」レベルの**赤色**。

「これ、牛100%っていうか、

まだ牧場にいた頃の記憶残ってない...?」

と震えながら一口。

...美味しい。悔しいけれど、震えるほど美味しい。おすすめです。



QA

質問コーナー

当社への質問を大募集!!

スタッフの皆で
お答えします😊

当社と長くお付き合いしてくださっている方も多のですが、直接会ってお話する機会はほとんどない方もいらっしゃると思います。

そこで今回、「**当社に聞いてみたいこと**」を大募集します!

会社全体への質問はもちろん、スタッフ個人への質問も大歓迎です!

「休日の過ごし方は?」「趣味は?」といった気軽なものから、

「あのやりとり、実は迷惑ですか?」「あの業務を、こうすることは可能ですか?」といった、普段は少し聞きにくい踏み込んだ質問まで、とにかく皆様の「疑問」「気になる」をなんでも投げかけてください!完全匿名で、質問回数も自由です。

採用された質問には、あおい通信7号以降の紙面で回答させていただきます。

右記のQRコードまたはURLより、お気軽にご質問ください。(Googleフォームにアクセスします)スタッフ一同、楽しみにお待ちしております!



▶ <https://forms.gle/bbwytbUaW3iP6LFP7>

会社概要

会社名 株式会社あおい総合研究所

事業内容 経営コンサルティング

売上アップ、集客代行、資金繰り、求人、人事制度など、中小零細企業の経営課題を全て解決

所在地 〒349-1134 埼玉県加須市北下新井54-1

連絡先 info@aoisouken.co.jp

代表者 道場 明彦

ニュースレター担当者 青山 高巳



ニュースレターの送付停止・その他お問い合わせは、右記のQRコード(Googleフォーム)からお願い致します。