

目からウロコのダントツ企業情報ソース

(執筆 2004.01.13)

TOP1% SPECIAL

創刊号



世界最先端のマーケティング手法を使って、90日で業績アップを目指す実践経営者のための、現場で即活用できる情報を手に入れることができます。



<http://www.top1special.com>

モノを買う理由は、理論的？感情的？

株式会社マーケティング・トルネード 佐藤昌弘

これを書いているのが2004年1月。
その前月は当然12月。

12月といえば、クリスマス。
クリスマスにはブランドショップも、人・人・人…
彼女に「きゃぁー、うれしー！ありがとう！」と喜んでもらいたいがために、ブランド品を買う。

男の人って、なんとわかりやすいんでしょうねえ(笑)
ブランドショップで、すっげー高価な時計を買ってあげてる男性みていると、なんか、胸がきゅんとなります。

だいたいですね…まぁいいです(笑)。マーケティングと関係なくなっちゃうので。

話をもとに戻すと…、
そうした、ロレックスの時計。ロールスロイスやフェラーリ。プラダやエルメスのバッグ。

どうして、あんなものが売れるのか？

もし、人間が合理的・理論的に出来ているのであれば、あんなもの、売れるはずが無いわけです。
だってそうでしょ。

ロレックス？48万円也？
時間がわかれば良いわけでしょ？じゃ、携帯電話でいいじゃん。国産の2,000円時計でいいじゃん。

フェラーリが欲しい？
移動手段でしょ？年間の平均移動距離を計算してみたら？タクシーのほうがよっぽど安いし、保険も不要だ。

エルメスのバッグじゃなきゃ嫌だと？
合理的に、理論的に考えれば、物を入れて持ち運ぶための袋だよ。何でもいいでしょ？

ところがどっこい、そうは行かない(笑)

まぁ、個人的にロレックスやエルメスには興味は無いですが、フェラーリは欲しかったりもする。

こうしてみると、理論的・合理的に買い物をしているというような説明がつかないわけです。言うことはつまり、人間というのは理論ではなく、感情で買っているということになる。

ここが問題です。問題というか、落とし穴でもあります。

人間は感情で行動していると言うと、
『そーかぁー！なるほどぉ！感情を刺激していけばいいのか！』
と誰もが短絡的に考えて広告やダイレクトメールを作り始めます。

その結果・・・怪しい(笑)

最近ね、販促物、広告物を製作する時に、もう、これ以上無いってほど感情面を刺激しようっていう人が増えてきました(苦笑)
まあ、確かに悪いことじゃありません。けれども、片手落ちなんですね。それだと。

あなたも、広告の反響UPやダイレクトメールの反応率UPを目指して、いろんな取り組みをされます。そこで、「感情マーケティング」について勉強すると、次には、文章やコピーを感情的なものにして、(○○できる！)、(軌跡の○○！)などと変更していくわけです。

結果インチキ臭くなってしまう。
バランスが大切なのです。
感情面を刺激するのも大切ですが、理論的な合理的な部分も必要になってくるのです。

そこで、非常に大切な質問を、あなたに授けましょう！
私が広告やDMを作成するときに、頭の中で自問自答しているチェック項目です。

1. 私の商品(サービス)を手に入れると、顧客はどのような【良い感じ】がするのか？
出来るだけ具体的に！
2. 私の顧客にとって、その【良い感じ】は、どれくらい重要なのか？
その重要さは何と比べて？
3. 上記2つの答えを聞かされた顧客は、どのような疑念を抱く？
それを打ち消す数値的・理論的・統計的な根拠は？

いかがですか？

実際には、まだまだ様々な自問自答用の質問があります。
しかし、上記の3つでさえ答えられていない販促物が多いようです。チェックしてみてくださいね。

さて、モノを買う理由は、理論的？感情的？
私は、両方のバランスも大切だと考えています。

< 株式会社マーケティング・トルネード 佐藤昌弘 >

■この記事の関連教材のご紹介はこちら

凡人が、最強の営業マンに変わるセミナービデオ

<https://www.top1special.com/product/tornado/detail-salesvideo.html>

■お客様の声

住宅業（茨城県） 国分様からのご感想 NEW

6日間で1800万円ゲット！

「凡人を最強営業マンに変える・・・」を実践しました。

私は凡人どころか凡人以下、偏差値50以下、そんな私でも佐藤先生の営業ステップを学び実践したらお願いすることなく1800万円の契約をわずか6日でゲットできました。

あまり佐藤先生の情報が世に出て欲しくないのが本音です。

（その他、各種レポートへのご感想も頂きました。ありがとうございます。）

注文建築工務店（静岡県）社長 匿名希望 様からのご感想

凡人が最強のセールスマンに変わりました！9月26日の「凡人を最強のセールスマンに変えるセミナー」ではご指導を頂きありがとうございました。一生忘れられないこととなりました。セミナーで習ったとおりにやって、翌々日に1件、その翌日に1件、計2件の仕事を受注しました。合計5000万円です。本当にありがとうございました。

流通業（新潟県） 匿名希望 様からのご感想

セールストークひとつですが、本当に感激してしまいました。しゃべり方ひとつでまったく異なる結果が出ることも可能だと思えました。貴重な時間ありがとうございました。

会計事務所（大阪府） 匿名希望 様からのご感想

今まで営業の核心にせまれず、無駄な会話に終わっていました。このセミナーで、理由が明確になりました。さっそく実践したいと思います。

（福岡市） 匿名希望 様からのご感想

コピーライティングセミナーでは、良いチラシのアイデアを見つける方法を教えてもらえました。ありがとうございます。

住宅リフォーム会社（大阪府）社長 匿名希望 様からのご感想

佐藤先生の実践的なお話が、大変参考になりました。マネしたいと思いました。

警告！

このレポートに収録されている文章および内容については、ダウンロードした方がご自身で読み、ご自身のために役立てる用途に限定して無料配布しています。

このレポートを、販売、オークション、その他の目的で利用するには、著作権者の許諾が必要になります。

このレポートに含まれている内容を、その一部でも著作権者の許諾なしに、複製、改変、配布を行うことおよびインターネット上で提供する等により、一般へ送ることは法律によって固く禁止されています。