

人を動かすコツ（マーケティング手法）!?

人の欲求の中で、「苦痛から逃れたい欲求」は「満たされたい欲求」の3～5倍のパワーを持っているといわれます。

以前、ある関西系の旅行代理店でアドバイスを求められたときに、「こんなに安い！……」というフレーズの代わりに、「ほんまかいな！……」のフレーズに置き換えたところ、5倍以上の申込件数となりました。

また、あるディーラーさんで、新車のワンボックスワゴンの販売のアドバイスをしました。

メーカーから配布されたチラシを見て、ナビ付きでこれだけの割引……のフレーズに全く心を動かされませんでした。試しに自分の経験から、「お子さんの車酔いにお困りのお父さんに朗報！……」「家族の楽しいひと時の良き相棒……」とのフレーズでお客様の声を随所にちりばめたチラシに変更することをアドバイスし、劇的に来店客が増えたことがありました。

お客様の購買心理を考慮すると出てくる答えは、例えば、買った後に感じる「ベネフィット」を伝えるだけではなく、買わなかった時の「デメリット」を伝えるというやり方が効果的です。

お客様が「買うべき」理由を並べるだけではなく、「買わない」理由を一つ一つつぶしていくことが重要です。

例えば、お客様側の視点で見た場合に多い断り文句のフレーズが、

- ①お金がない
- ②時間がない
- ③自信がない

実はこの3つは＜3大断り文句＞だと言われているのですが、何とかこれらの断り文句を切り返すことはできないかを考えることで、お客様の心を動かすことが出来るのです。

例えば、上記の①と②に対しては、分割払いの案内をしつつ、「お子さんの成長は早いですよね……」などの切り返しを行い、③に対して、基本的な使用マニュアルを用意し、体験してもらうことでクリアしていきます。これは実は相手を動かすことの「真理」です。

この①～③をクリアすると断る理由がなくなるわけですから、「買う」ことになってしまいます。

この手順に加えて、お客様とセールスをする側との間に一定レベルの信頼関係の構築があれば、お客様は積極的に購買行動に転じます。そのためにセールスがすべきことは、自己の仕事における「理念」を発信することです。

私は自分の仕事における理念を語る際に下記のようにお話しさせていただいています。

- ①「できることなら、私はまたこの日本で生まれたいと思っています。
そのためにはこの日本が 100 年後も 1,000 年後も存続してほしいと考えています。」
- ②「ところが昨今の私利私欲に走る政治家や官僚では、国家の将来を任せることは
難しいと考えています。」
- ③「私は現在の仕事を通して、社員とその家族を支えている多くの経営者様をバック
アップさせていただくことが自分の使命だと思っています。」
- ④「私は、人は自分にしかできない使命をもって生まれてきていると信じています。
その使命を全うするお手伝いをすることが、私がこの仕事をやる原動力です。」

最近ご縁をいただくお客様が増えてきました。有難いことです。