

【保存版】お客様の「心が動く瞬間」を創る心理法則33

By Mimi Ishio

第一のポイント 何のためにビジネスをするのか

日本の実業家であり、松下幸之助氏、稲盛和夫氏が学んだとされる中村天風氏の著書『運命を拓く』にはこんな言葉があります。

「我は今、力と勇気と信念とをもって甦り、
新しき元気をもって、正しい人間としての本領の発揮と、
その本分の実践に向わんとするのである。
我はまた、我が日々の仕事に、溢るる熱誠をもって赴く。
我はまた、欣びと感謝に満たされて進み行かん。
一切の希望、一切の目的は、厳粛に正しいものをもって
標準として定めよう。
そして、恒に明るく朗らかに統一道を実践し、ひたむきに、
人の世のために役だつ自己を完成することに、努力しよう。」

[中村天風著『運命を拓く』（1994）より]

私たちは、ビジネスを通じてどう社会問題を解決していくのか？

ビジネスをする理由が自己のためだけではなくなった時、
あなたの本来の力が発揮されます。

あなたの関心の輪の広さは、影響力の大きさに比例します。
視座を高くしていくことで、あなたも、あなたの会社も
どんどん成長していきます。

社会の流れにアンテナを張り、関心の輪の範囲を広げていくことで、自分たちがやるべきことがはっきりと見えてきます。

**あなたのビジネスは本当はどんなビジネスで、
どんな社会課題を解決するものですか？**

これを言語化した時が、あなたの本当の事業のスタート。
あなたの志、理念、軸こそが、ビジネスを長く繁栄させます。

第二のポイント 「決めた瞬間」から、運命は廻り始める。

多くの人が物事を変えられないのは、過去を見ているからです。
今、自分が新しい自分になると決めたら、
この瞬間からあなたはもう新しい自分なのです。

一番大切な「決断」は、
自分の理念と価値観に沿った生き方をすると決めることです。

あなたがどのような生き方をしたいか
「決めた瞬間」から、運命は廻り始めます。

第三のポイント 今日やる事は理想とする未来や目標の原因となるか？

人生の時間は限られています。

「今日やる事は、理想とする未来や目標の原因となるか？」を
常に意識しながら目的を持って行動を選択していけば、
あなたの未来は変わっていきます。

余計なものを削ぎ落とす。

妥協も、我慢のお付き合いも必要ない。
あなたの目指す場所まで、真っ直ぐ 進んでいきましょう。

第四のポイント 社会に還元するために利益を出す

『ノーマージン・ノーミッション、
利益を生まないところにミッションはない』
By スティーブンコヴィー博士

事業をするのであれば、
利益を出して社会に循環・還元することも大切です。

パナソニックの創業者である松下幸之助氏によって創設された
「PHP研究所」のPHPとは、“Peace and Happiness through
Prosperity”という英語の頭文字をとったもので
“繁栄によって平和と幸福を”といった意味があります。

理念だけではダメ、お金だけでもダメ。
両方実現できる方法はないかを追求していくことが大切です。

第五のポイント お客様に求められるビジネスとは

マーケティングの定義は、セリング(販売)をなくすこと。
つまり、お客様に求められるビジネスを提供することなのです。
では、お客様に求められるビジネスとは
どのようなものでしょうか？

- ・時流に乗っているか？
- ・今求められているか？

- ・本当に求められているか？
- ・お金を出す価値があるほどに求められているか？

お客様がどんな方で、何を求めているか、
どんな未来に向かいたいかを明確にすることで、
ホームページやSNSの言葉が、お客様に刺さるものになります。

今日、皆さんにお伝えするのは、

「どうやったらコンバージョンレート(反応率)を高められるか？」
ということですが、その根底の軸は「いかに相手の人生をより良くできるか」ということが大前提であることを先にお伝えしておきます。

また、お客さまはあなたの商品・サービスに関心があるのではなく

「自分が未来どうなれるのか」

「自分の問題が解決できるのか」

「人生がどう変わるのか」

といったことに、関心があります。

ですから、そういった関心事が解消されるように言語化し、

お客さまが一步、踏み出せるように

「人生を変えるきっかけ」を作ってあげることも
あなたの役目の1つです。

ときには、下記の33つのような心理効果で影響力を高め、
お客さまに価値を届けていくことも可能となります。

悪用せずに、ぜひ、「よいこと」のためにこれらを使ってくださいね！

【保存版】お客様の「心が動く瞬間」を創る心理法則33

By Mimi Ishio

反応率を高めるために使える心理効果をお伝えします。

ホームページやランディングページ、看板、SNSの発信、コラム記事などでこれらの心理効果が活用できているか、見直してください。

少しの「言葉の選び方」「書き方」「伝え方」であなたの商品・サービスの反応率は大きく変わってきますよ！

1、同調現象・社会的証明の原理

周囲の人間と同じ行動をしていると安心する心理現象。

「他に○○さんも参加しています」

「80%の人が満足しています」など

お客さまの声、レビュー、クチコミ掲載を活用しましょう。

＜事業を飛躍させるための問い＞

あなたの商品やサービスについてどのような「お客さま」の声をもらいましたか？それらは、漏れなく、HPやSNSで発信されていますか？

「お客様のお声」はあればあるほどGOOD！

その中でも、理想のお客様に近いサクセスストーリーを記事にする（本当に良いサービスを提供していれば、お客様は喜んで協力してくださいませ）

誰かが幸せに変わったストーリーは、他の人の希望の光になります。せっかくいただいた宝（お客さまからのお声）を持ち腐れにさせない。

2、パンドワゴン効果

「なぜあの店はいつも行列ができているの？」と、人気のあるものほど、気になる人も多いのでは？

「昨日、ご案内した15人のためのプログラムですが、すでに12人の方にお申し込みいただきましたので、お席は3席になりました。」

「募集しておりました講座は満席となりましたので、夜の部も追加開催することになりました。」

「こちらは毎回たくさんの方にお申し込みいただき、今回も残席2名となりました。お早めにお申し込みください。」

などの言葉を見かけることもありますね。
行列ができている、人気のあるものほど気になってしまうのが心理。
トップマーケターは人気感を伝える言葉を使っていることも多いです。

<事業を飛躍させるための問い>

あなたの商品やサービスについて「人気感」を伝えるためにはどのように表現しますか？

3、ウィンザー効果

第三者を介して伝えられた情報の方が影響力が大きくなること
→対談などの際には、自分で自己紹介せず、
司会や他者からの紹介を活用しましょう。

<事業を飛躍させるための問い>

あなたが登壇者として講演に呼ばれるときにはどのように紹介してもらいたいですか？

4、ハロー効果

目立つ特徴に引きずられ、全体の評価も変化する現象

<事業を飛躍させるための問い>

あなたが持っているのに使っていないリソースはありませんか？

- ・ 昔 出演したラジオ
- ・ 小さく掲載された新聞記事
- ・ 有名な経営者に褒められたこと
- ・ 著名人とのコネクション
- ・ 有名な大学に留学
- ・ 実はハードルが低いけれど権威のある賞など

5、権威への服従原理

権威性のある専門家が言うことを信じる心理効果

→医師、弁護士のお墨付きをもらうなど権威を活用する。

<著名人に自社商品をプレゼントし、権威付をした例>

弊社、株式会社Pina&Co.には、イヴ・サンローラン、ジバンシー、ウブロの元代表取締役も在籍していますが、このウブロも、まさに著名人に使ってもらうことでブランド価値を高めた例。

当時、経営者がよく目にする雑誌で、「プライベート時間の使い方」と言うテーマで著名人にインタビューを行い、事前にプレゼントをした腕時計をつけた著名人の写真が雑誌に載ることで「成功した人が週末につける時計」としてのブランドが浸透しました。

<事業を飛躍させるための問い>

あなたの商品やサービスを権威付するために、
どんなリソースが活用できますか？

6、カクテルパーティー効果

自分の名前や、興味関心の向く話題が際立って耳に入ってくること

「40代看護師の方」「今年起業をした女性」「ハワイ好きな人」などターゲットを明確にして呼びかけることで、より反応率が上がります。

※ただ単なる「英会話スクール」よりも、
「ハワイ好きな人のためのマンツーマン英会話」など対象者を絞るのも1つ。

※母数が少なすぎるもので設定しないこと

例) イベントを企画するときにも、なんとなくやるのではなく
いつもコアターゲットから設定する

- ・ 対象者は誰か
- ・ どんな方に役立ててほしいイベントなのか
- ・ 対象者はどんな課題や悩みを抱えているのか
- ・ どんなことにワクワクするのか
- ・ どんなコンセプトだったら来てくれるだろうか
- ・ どんなコンセプトだったら同伴者が増えるだろうか

など

ターゲットが明確でなく、コンセプトがないイベントは成功しない。
ワクワクする、楽しそうなコンセプトを企画すること。

7、確証バイアス

無意識に自分の先入観に沿った情報だけを収集する人間の性質
→ホームページやリマインド電話などで好感度（先入観）を良くしておく
くと、成約率やリピート率が高くなります。

※ 例えば、採用面接の際の返信の仕方も大事！
弊社の場合 書類審査で通過した3割の方にはメールの冒頭で
「この度は、素敵な方にご応募いただき嬉しく思います。」
など、ポジティブなお声かけから書き始めています。

<事業を飛躍させるための問い>

あなたの会社では、応募をいただいた人材にどのような書き出しで
返信をしていますか？

8、ザイオンス効果

接触回数が増えるほど、親近感や好感度があがる効果
→ステップメール、メルマガ、SNS等で接触回数を増やすと効果的。
Facebookで相手にコメントをまめに入れておくなど、
この効果を使ってSNSを活用している人も多いですね。

<事業を飛躍させるための問い>

あなたが印象を残したい人は、どんな場所にいますか？
どうやって、印象付けをしますか？

9、ツァイガルニック効果

完成されたものよりも、未完成なものに興味をわくこと。

※全て事前に知ってしまっている講義ほどつまらないものはないですね
(例えば大事な個別面談や、講座スタートの際に資料を全部、先に送っておかない、など事前にネタ明かしをしないことも大事です)

そのほか、新しい商品のリリースの際には、動画を途中までお見せして「続きはこちらへ」と誘導するテクニックも、よく使われています。

10、返報性の原理

何かをもらったら、お返ししたくなる心理

最初に価値提供する、ということを心がけましょう。

(ただし、商品価値を下げる無料の押し売りは気をつけましょう)

・他企業でも「ライバル」という意識ではなく、業界全体を盛り上げる同志として「まず自分から与える」をしましょう。

<事業を飛躍させるための問い>

先に与えているか？

もらってばかりではなく、先に与えることをしているか？

もらったら、(相手にも、別の人にも)恩を返しているか？

Pay it forward.

11、現状維持の法則

選択で悩んだ時に、現状を維持する選択をしてしまうこと

→現状のままでは、損失がでることを伝えると効果的

+ワクワクを感じていただくことが大事。

<事業を飛躍させるための問い>

あなたの商品やサービスは、「変わらなくても別にいい」という人間の心理を超えるような（お客さまの重い腰を上げられるような）強いモチベーションを作れていますか？

12、マッチングリスク

「自分には効果がなかったらどうしようという不安」がお客さまにはあります。

<事業を飛躍させるための問い>

あなたの商品やサービスを購入する上で、お客さまの不安を減らすためにできることはなんですか？

例)

- ・ 同じような境遇にいた他のお客様の事例を掲載する
- ・ 返金保障などの保障をつける

13、決定回避の法則

選択肢が増えるとその中から選択・決定することができなくなる
→**選択肢を増やしすぎない**（3つまでにすること）

- ・ 「**× × 講座**・**〇〇講座**・**△△コース**」などと色々繰り出さない。

選択肢がありすぎると迷う。迷うと決定しない

※クローキングで契約が決まらない人、
ホームページやサイトだけで成約しない人の大半がこれに当てはまります。（選択肢が多すぎる）

↓

「迷わせない、ベストな選択肢を、当然のように1つ。」

(その後、常連客やリピーターの方には
いろんな商品を奥から引っ張ってきてご案内しても良いですが
まずはピカピカに磨いた入口を一つだけ、用意しましょう。)

<事業を飛躍させるための問い>

お客さまが選びやすくなる工夫をしていますか？

14、松竹梅の法則

複数の選択肢を与えられた時、1番無難な答えを選ぶこと
→3つの価格の商品ラインナップを用意すると真ん中を選んでもらえる

(石尾ミミの場合)

HPなどでののご案内プランは1つにしてわかりやすく表示し、
対面話ができる直接の際には松竹梅の法則を使っています)

15、アンカリング効果

先行する何らかの数値（アンカー）によって
後の数値の判断が変化すること

→他社価格との比較、通常価格との比較。
出す順番によって、金額の基準が変わってきます。

「他社の料金は〇〇ですが・・・」

「本来の価格は〇〇ですが・・・」

など。

<事業を飛躍させるための問い>

比較対象（あなたの商品よりも高額で、質がよくない商品・サービス）
はどんなものがあるか、把握していますか？

そのほかの心理法則も、一気にご紹介します。

16、コンコルド効果

もったいない心理から、あとに引けなくなる心理
→「あと〇〇円で送料が無料！」

17、テンション・リダクション効果

緊張状態を解消すると、注意力がおろそかになること。
商品購入後に、**ついで買いをしてもらいやすくなる効果**
→まとめ買い、ついで買いを決済ページでオファーする
(アップセルが簡単にできるLPなど)

18、一貫性の法則

一度やったことは無意識のうちにやり通そうとする心理
→YESと一度返事をしたことに対して一貫してYESと言うようになる

19、バーナム効果

星占いの診断など、誰にでも該当するような曖昧で一般的な表現を並べ
ることで、自分に当てはまると捉えてしまう効果
→お客様の悩みを羅列することで、共感するライティングに。

20、アフォーダンス理論

過去の経験や環境によって、行動や考え方が結びつけられること
→例えば、ホームページの「リンク」は青文字に下線がついている
などの先入観。（ユーザビリティに活用する）

21、.ベビーフェイス効果

幼いと認知される顔は、内面も純粋なのだと思われる傾向にある
→HPに、笑顔の写真や赤ちゃんの写真を意図的に使う。

23、クレショフ効果

直前に見る画像によって、受けとる印象が異なること
→背景画像によって潜在意識的に与える印象が変わる。
画像にこだわって、与えたいイメージを表現しておくこと。

24、初頭効果

人の印象は最初の7秒で決まって、半年間続くという心理効果
→見た目、服装、HPの第一印象を徹底的に高める

25、スリーパー効果

情報さえ記憶に残れば、時間が経つほど信頼されるようになる効果
→初めてでも信頼されるように、権威性を身につける。
その後、時間をかけて何度もオファーをしていく

26、親近効果

1番最後の情報に強く影響を受けること→最初に良い印象で相手の興味
を引きつけ、最後に1番伝えたいことを伝える

27、片面表示と両面表示の法則

片面表示：メリットだけを伝える

両面表示：メリットとデメリットを伝える

→訳あり商品等は、両面表示の法則を使う。

順番は、メリット→デメリット→メリットの順で伝える

28、マジカルナンバー

人間が短期記憶において、認識できる数は4つが限界

→覚えてもらいたい情報は5つ以内にする。

根拠などを伝える時はいつも「3つ」を示しましょう。

29、損失回避の法則

人は利益を獲得することよりも、損失を出さないほうを重視する →

「このチャンスを逃すと、あなたは・・・」など、損を回避させるような言葉を入れると効果的

それ以上の場合には最後に「まとめ」をする

30、スノップ効果

入手困難なものほど、需要が増大し、他人とは違うものがほしいという心理が働くこと

31、デイドロ効果

普段よりも高品質・効果なものを手にした時に、高い水準に合わせたくなる →高価なものを1つプレゼントしてみると、手放したくなくなる

32、保有効果

手に入れたものに対し、入手する前よりも価値を感じる効果

→手に取ってもらうなどで使用イメージを想像してもらう

33、フレーミング効果

見方や基準を変えると、同じものでも全く違う印象を持つこと

→ガンになった人の3割が死亡する/ガンになった人の7割が生存する

など、言い方によって見方が変わります。

ポジティブに伝えたい時、リスクを強調して伝えたい時、など

シーンに合わせて使い分けましょう。

ホームページで告知をする時やSNSで発信をする時など、
上記の効果を参考にしてライティングに取り入れてみてください。
ただし、
発信をする上で1番大事なのが、書いているときの心の状態。

イライラしながら、ネガティブな気持ちになりながら、
焦りながら、書いていても良い文章は書けません。

心の状態を最高値に高める
好きな時間で満たす
幸せな環境作りをする
ネガティブな要素は排除していく

今の人生で幸せな事はなんだろう
今の人生でワクワクする事はなんだろう
今の人生で感謝できる事はなんだろう

そんなことを、考えながら、
心が豊かな状態で発信されることをお勧めします。

石尾ミミ (Mimi Ishio)

会社顧問・投資家

上場コンサル企業/7つの習慣企業に勤務のち「人生を変えるきっかけ作り」を理念に20代で会社設立。10年間、全国からのお客様に恵まれる。2018年、家族で地球一周分を旅。3年半、社会貢献や学びを楽しむ。2022年、日本企業の生産性を高めるために、会社顧問として人脈繋ぎや経営のサポートに入る。医療クリニック、不動産会社、飲食店、フィットネススタジオ、介護施設、教育企業など10社以上の会社顧問。休日は経営者・投資家仲間と一流ホテルのバイアウト（貸切）を楽しんだり、1日13冊の読書。大型犬+家族3人暮らし。”大切な人との時間を大事に生きるための反応率アップマーケティング”が得意分野

＜SNSでも心と生き方が豊かになるヒントをお伝えしています＞

◆Facebook：ビジネスと生き方について発信

<https://www.facebook.com/mimialoha17>

◆Instagram：海外のライフスタイルや自由な生き方について

https://www.instagram.com/mimi_aloha17/

◆ツイッター：ビジネスと投資について発信（予定）

<https://twitter.com/mimialoha17>

◆アメブロ：プライベートや、石尾ミミの考えについて発信

<https://ameblo.jp/mimialoha17/>

◆会社ホームページはこちら

<https://pinaco-inc.com/>