

19個の販売加速 心理トリガー

●新規性

「新しい」「最新」それだけで人は興味をそそられる心理を持っています。例えばセブンイレブンでも、前にも同じ商品（パン）を鮮明に覚えていても、『最新の商品です！』というシールが貼られているだけで、目に止まってしまいます。そして、手にとってしまいます。これは人の「好奇心」を駆り立てている心理トリガーになります。「新しい」という要素は「今までにない高い価値がある」ということを思わせることができる働きがあります。コンテンツ販売においても同じで、今までにない新しいコンセプト、商品を販売することができれば売り上げを加速させることが可能になります。

●ストーリー

ストーリー（物語）風に文章や動画などでメッセージを伝えることは非常に強力です。マーケティングでは「神話の法則」とも呼ばれています。学校の社会の授業で歴史を学ぶ方も多いと思いますが、歴史の授業がめちゃくちゃ面白かったです！という人は一般的に見ると少ないでしょう。しかし、歴史を題材にした「キングダム」という漫画を面白いという人は山ほどいますし、映画の実写化、テレビアニメ化までされました。「歴史」という題材は同じにもかかわらず、なぜここまで人気に

差が出てしまうのか？それは「ストーリーで伝えられてるかどうか？」です。ストーリーという心理トリガーを加えるだけで大きな差が出てしまいます。コンテンツビジネスでもまず読んでもらうことが重要です。続きを読んでもらうためにはいろんな細かいテクニックよりも「ストーリー」を入れた方が効果は絶大です。

●独自性

新規性と似ている部分ですが、オリジナリティがあれば「今までにない価値の高いもの」として人の興味を駆り立てることができます。独自性を生み出すためには、ライバルリサーチを徹底して、ライバルの真逆をいくなどの戦略を取りましょう。インフルエンサーが「フォロワーを集めましょう！」というコンテンツを出すのであれば「フォロワーは少なくても稼げます！」というコンテンツを出す。『ライバルの真逆をつく』この思考があればあなたの独自性を引き立てることも可能です。

●社会的証明

社会的証明とは、ある状況で、自分の判断より周囲の人たちの判断を頼りにしてしまうという心理原則です。人はいつも他人の行動を参考にしています。例えば、あなたがいいレストランを探してたとして、車が0台のレストランと8台泊まっているレストランがあった場合、どちらを選びますか？多くの方は後者です。Amazonレビューなどもこれに当たります。SNSで感想付きのストーリーでメンションしてもらう施策などを組み込むと商品販売も加速されます。

●希少性

人は希少なものを本能的に欲しくなる生き物です。期間限定や残り何部で終了or値上げなどの施策を打つことによって商品販売を加速させることができます。これはよく使われる手法なので覚えておきましょう。

●権威性

人は権威に弱いです。例えば、実際はただの無職の男性が白衣を着て歩いていればほとんどの人が彼を「医者」だと思い込みます。権威性を高めるためには無料で質の高いコンテンツを配布したり、実績のある人から教わっていることをアピールしたり、証拠を出したり、などが存在します。権威性を伝える文章をいろんな場所に散りばめておきましょう。

●共通の敵（仮想敵）

共通の敵がいると人は手を組み合います。漫画などでもよくあるのですが、ドラゴンボールだと最初は敵同士だった悟空とベジータでしたが、さらに強い敵が現れたことにより二人は共闘し、今ではベジータは仲間として定着しました。コンテンツビジネスでも共通の敵を作り出し、その意見に共感してもらうことで商品販売を加速させることが可能です。

●証拠

論より証拠ということで、理論を色々という前に証拠があれば人は興味を持ちます。その後、理論などを説明して知識も証拠もある人だということを認知してもらうことができれば人は信頼します。強力な要素の一つなので証拠は表に出していきましょう。

●一貫性

人は自分の行動は一貫させたいという心理法則があります。一貫性の法則なんて言ったりもします。一貫性がなければ人は信用しません。レターを書くときなどに注意してほしい要素です。伝えたい主張があるのであればできるだけシンプルにして一貫性のあるメッセージを伝えましょう。

●返報性

何かをもらったら返さなくてはならないという心理法則です。わかりやすい例で言うとバレンタインです。興味のない子からチョコをもらったとしても多くの人はホワイトデーにお返しのチョコは返すものです。この心理を利用しているのが「プレゼント企画」になります。返報性をうまく活用することによってコンテンツビジネスのスピードは何十倍にも膨れ上がります。ただし、無料コンテンツの質が悪ければあなたのほしいアクションを返してもらえないのでしっかりと作り込むことも重要です。

●信頼性

人は毎日いろんな方向からセールスを受けています。ですのであなたの商品を購入してもらうためには信頼してもらう必要があります。ホームレスからお金を貸してくれと言われても貸しませんが、友人、恋人、家族であれば貸す人もいます。信頼を得るためには、ここで紹介している様々なテクニックを活用しましょう。また、ザイオンス効果（単純接触効果）と言う、テクニックを使うことも効果的です。これは、その人に会う頻度が多いほど好感をお持ちやすいという心理効果です。SNSで生かすなら、毎日SNSの投稿をしましょうと言うことです。小さな継続が大きな利益を生み出します。

●即効性

「早く効果を得られる」ものは価値が高いです。1ヶ月で10キロ痩せる方法と1年で10キロ痩せる方法があれば人が集まる価値の高い情報は前者になります。人は早く効果を実感したい生き物です。即効性のある商品やコンセプトは売れやすいです。

●確実性

「20%の人が痩せたダイエットノウハウ！」よりも「95%の人が痩せたダイエットノウハウ！」の方が人気が出ます。人は常に疑っています。ですので、このレポートにあるさまざまなテクニックを駆使して人の不安を取り除くことができるようなメッセージを伝えてあげましょう。

例) 権威性、証拠、根拠、数字、データ

●簡易性

取り組むのにできるだけ簡単なものの方が商品は売れます。記録するだけダイエット！とかがその例です。自動化コンテンツが売れるのもこの簡易性を全面的に出しているからです、「手間がかかるもの」よりも「手間がかからないもの」の方が売れるということです。嘘のない範囲でできるだけ取り組む基準を下げる施策などを加えるとより良いです

●理由

どんなにめちゃくちゃな理論でも理由をつけてあげることで説得力が増します。これは大した理由でなくても大丈夫です。値段がなぜ高いのか？保証がなぜついてるのか？なぜ期間限定なのか？なぜ値上がりするのか？なぜ再販するのか？お客さんは全てを疑っています。理由がないと不信感が発生します。ですので、これらに全て理由をつけてあげるだけで成約率は上がります。もし、つけていなければなんでもいいのでつけてあげるように意識しましょう。

●売り込まないセールス

「別に買っても買わなくてもいいよ」というスタンスで販売すると人は商品が欲しくなってくるものです。プル型セールスとも言います。そのほかにもお客さんからのクレームが少なくなるというメリットもあります。あなたがお願いしないことで自然と商品が欲しくなります。

●具体性

具体的に伝えることで真実味がまし、信頼度が上がります。「100万円稼ぎました！」よりも「90万2179円稼ぎました！」の方が真実味がまし、結果100万円よりも金額あ低いものの商品が売れやすくなります。「100%成功するダイエット！」よりも「92.219%の人が成功したダイエット」の方が人は信じます。このように具体的にすることで信頼性が高まります。

●シンプル

何かメッセージを伝える場合はできるだけシンプルでいいです。むしろむずかしい言葉を使ってしまうことで読者を攪乱させて今います。優秀な人はメッセージがわかりやすいです。価値を与えるにしても伝わらなければ意味がないのです。メッセージはできるだけシンプルにすることで理解してもらいやすくなり、結果的に売り上げが上がります。

●感情

最も強力な心理トリガーです。人は感情で商品を購入し、後から論理で納得・正当化させます。ダイエット中なのに「食べたい」と感情が思ったから食べた。いや、今日は今まで頑張ったからご褒美だ！。。。と言う具合で人は感情で行動します。なので、感情を動かすことができれば販売を加速させることができます。最も感情を動かすのに適しているのは、「ストーリーを使うこと」です。上手に使えば感情ほど強力なトリガーはありません。ぜひ、数を重ねて文章の質を磨いてください。