

Management Viewpoint

コンサルタント・EYE『伝わらないメッセージは価値がない』

商品の良さが「メッセージ」として伝わった時、はじめてお客さまの行動が変化する。

大切なことは、情報が伝わると価値が上がることにある。商品は変わらないが、そのメッセージを見た(聞いた)後に、お客さまの頭の中でその商品の価値が上がらなければメッセージとは言えない。「何を言えば売れるのか」の本質は、お客さまを理解することにある。今何を欲しがっているのか、今どういう気持ちなのか、今何と行ってほしいのか、お客さまの立場になって考えることである。

発信するメッセージで集まる人が変わる。例えば、「安い」と発信すれば“安さ”を求める人が集まり、「高付加価値」を発信すれば“高付加価値”を求める人が集まる。人は情報を認知する時「自分の聞きたいことしか聞かない」(選択的注意)、「自分の都合の良いように解釈する」(選択的歪曲)、「自分の覚えたいものをだけを覚える」(選択的記憶)という3つのバイアスがかかる。この3つを乗り越えなければ、潜在顧客の頭にメッセージは残らない。

お客さまに伝わるメッセージを作るポイントは、次の3点である。

1. シンプルに分かりやすく

多くの情報を伝えようとしても記憶には残らない。「ファイト・一発！」(大正製薬:リボビタンD)、「玄関開けたら2分でご飯」(佐藤食品工業:サトウのごはん)などシンプルに分かりやすく伝えることにより記憶に残る。

2. 商品の強み・特長を伝える

商品の強みを理解させる。「世界初アルコール0.00%」(麒麟麦酒:キリンフリー)、「水で焼く」(シャープ:ヘルシオ)などは、その商品にしかない特長を打ち出してヒットした。

3. メリットを伝える

お客さまにとっての価値を考える。お客さまが一番興味を持つことは、「自分にどのような得や影響があるか」ということだ。例えば「この商品は健康に良い」ではなく、「1日10分使用すれば4週間で体脂肪が8%、体重が5kg減る」など便益を明確に伝えることだ。

メッセージとは耳に入る言葉だけをいうのではない。お客さまから見えるもの全てが「メッセージ」である。POP・広告・Web・DMなどの販促ツールや店員の接客・服装・立ち振る舞い・言葉遣いなどといった日常の行動に至るまで、常にお客さまの視線を意識した細心の注意が必要なのである。

以上

◆上記コンテンツは、タナベ経営 メールマガジン「マネジメントレター (無料)」バックナンバーより掲載しております。

詳しくはこちら http://www.tanabekeiei.co.jp/member/mail_magazine/index.html

◆本レターの内容につきましては万全を期しておりますが、ご利用によって被ることのある損害に対しましては責任を負いかねますのでご了承ください。掲載された記事の著作権は、すべて(株)タナベ経営および原作者にあります。

発行・編集 株式会社タナベ経営

納得の1枚。知らぬ間に身につく経営の原理原則。

タナベFAXレポート

業績が低迷していく要因は、景気などの外部環境ではなく、自社の強みが市場とマッチしないために生じるものです。自社の現状を見極め、将来を見据えた対策の手を打っていくことが大事です。

貴社に毎月3回、FAXでお届けする『タナベFAXレポート』は、時流をとらえ、現在の経営環境の中で実践できる【経営の原理原則】をご提供いたします。



年会費： 6,300 円(消費税込)

配信日：毎月3回(5・15・25日)年間36回配信 / サイズ：B4サイズ1枚/回

※配信日が土日祝日の場合、原則として翌営業日(平日)に配信させていただきます。

※ご入金確認後、配信させていただきます。年会費制ですので、期間途中の返金はいたしかねます。

お申込欄 FAX:06-7177-4026

お申込者名	ふりがな	部署 お役職	
ご住所			
TEL		配信先 FAX	

お問合せ

(株)タナベ経営 ネットワーク本部

TEL :06-7177-4006

FAX :06-7177-4026

FAXにてお申込下さい

「個人情報のお取り扱いについて」

タナベ経営では、個人情報の保護につとめております。詳細は弊社のプライバシーポリシー(<http://www.tanabekeiei.co.jp/policy/>)をご覧ください。なお、ご記入頂いたお客様の個人情報は、当該会員・セミナー・商品のお申込に関する確認・連絡および経営情報・催物などのご案内をお送りさせていただく際に利用させていただきます。