

Sell the thing which you want

お客は自分が  
欲しいものを  
わかっていない。

齋藤孝太

## はじめに

あなた自身も、1人のお客様。  
それを忘れると、お客様が見えなくなる。

「お客様が今、何が欲しいのか、徹底的に考えよう！」  
「顧客ニーズをしっかりと捉えているのか？」  
「お客様が満足する接客になっているのか？」  
「お客様の心に届く広告をつくらないとダメだ」

お客様について、いろいろなことが叫ばれています。  
お客様のことを考える、お客様の声に耳を傾ける、  
とても大事なことです。

ただ、「お客様」「お客様」と叫べば叫ぶほどに、  
お客様が自分から“遠い存在”に感じてきませんか？  
自分とは“別の存在”に感じませんか？

それは、まずい状況です！  
お客様がどんどん見えなくなります。

お客様は自分から“近い存在”です。  
自分と“同じ存在”です。

なぜなら、あなた自身も社会の中で“1人のお客様”だからです。毎日“1人のお客様”として、商品・サービス・マーケティングを受け取っていますよね。

ということは…

“1人のお客様”として、受け取った商品・サービス・マーケティングについて、どう感じたのか、自分自身のお客様心理を探れば、お客様の心理が見えてくる。

すぐに見えないかも知れないが、それを積み重ねていくことで、消費者心理に近づくことができる。

市場調査・リサーチでは見えない、リアルな消費者心理が見える。

そんな確信が、この本を書く動機になりました。

これからの時代は「お客は自分が欲しいものがわかっていない」時代です。そんな時代では、自分が“1人のお客様”として毎日生活している事実に向けて、自分自身の心理について理解を深めることで、お客様の気持ちを知ることが大切です。

それを42個のパターンに託したのがこの本です。

どのページから読んでも大丈夫です。興味のあるページから読み進めてください。

それともう1つ、この本で大事にしたことがあります。

消費者心理をベースに「今日からできる、売れる方法」をお届けすることです。消費者心理がわかっただけでは、売上アップに繋がりません。消費者心理を理解して、自分の仕事ですぐに活用できるようにしました。

この本は、身近な事例から消費者心理を知ることができて、それをベースに売れる方法を学ぶことができるマーケティング本です。

最後にちょっと自己紹介をさせてください。

今、私は販売に関わる皆さんに、マーケティング教育をしています。独立後8年が経ち、今まで7200人以上の皆さんに教育してきました。

ただ私自身は、現場の販売経験がないのです。

私は、“1人のお客様”として「私がお客様だったら、〇〇なことをしてくれたら嬉しい」、そんな考え方を基本に売れる方法を伝えています。この本は、普段の私の仕事の原点を書いた本です。とても思い入れのある本に仕上がりました。

これからの時代は、“売ること”に関わっている全ての皆さんが、エンドユーザーであるお客様の理解を深める必要があります。特に、経営者、本部スタッフ、店長・スタッフ、メーカー・卸の営業マン、商品開発者の皆さんは、その必要があります。その方々に向けて、新しい未来をお届けしたいと思い、一生懸命書きました。

経営者の皆さんは、今の消費者心理が見えてくるので、現場への指示が的確になります。

本部スタッフの皆さんは、お客様の心が想像できるので、効果的な施策・販促が打てます。

小売り現場の皆さんは、お客様の心が見えるので、接客・売場・イベントの幅が広がります。

メーカー・卸の営業マンの皆さんは、担当店の消費者心理の理解が深まるので、提案の完成度が増します。

商品開発者の皆さんは、商品を買う消費者が見えるので、売れる商品開発力がつきます。

この本を出版いただいたクロスメディアパブリッシングの小早川様、高橋憲行先生、教育・コンサルティングの場を与えてくれるクライアント様、セミナー参加の皆様に、この場を借りてお礼申し上げます。

2012年11月

齋藤孝太

はじめに ..... 000

## この42パターンで お客の欲しいに火をつけろ!

1	この節約時代でも、価格はあつてないようなもの!? <b>カテゴリーアプローチのノウハウ</b> .....	012
2	気遣いを受けても、次にまた買おうとは思わない!? <b>気遣いの量の法則</b> .....	016
3	お客様はマーケティングリサーチをベースにした展開が嫌い!? <b>個人の感覚、共感の心理</b> .....	020
4	お客様は自分のことがわかっていない!? <b>間違った課題認識の法則</b> .....	024
5	お客様はベテランに“さばかれる”のが、ガマンならない!? <b>ピュア純度、判断の心理</b> .....	028
6	お客様にこんな雰囲気職場で働きたいと思われることが大事! <b>楽しく働く姿、好感度アップの心理</b> .....	032
7	お客様は名探偵!? 会社・お店の雰囲気をすぐに感じ取ってしまいます! <b>幸せ空間の法則</b> .....	036
8	ここまでしているのに! でも、お客様から見ると「当たり前!」なんて…。 <b>当たり前レベル、アップの心理</b> .....	040
9	お客様も業界の枠にとらわれてる。そこに新しいチャンスがある! <b>異業種アレンジのノウハウ</b> .....	044

10	お客様は変化がないと、誠心誠意を届けても飽きられてしまう!? <b>予想外ワクワクの法則</b> .....	048
11	お客様は理性でモノを買っていない! <b>右脳（イメージ）&amp;左脳（理性）の法則</b> .....	052
12	あれ？そもそも何のために、このアクションやっているんだっけ？ <b>そもそも論のノウハウ</b> .....	056
13	お客様は、売り手の浅知恵を見抜けるんです! <b>売り手優先、素早くキャッチの心理</b> .....	060
14	お客様の幸せまで考えたら、越権行為？ですかね… <b>達成感、プチ幸せの心理</b> .....	064
15	順位が付いた瞬間に、人の心にスイッチが入る! <b>ランキング、心奪われの心理</b> .....	068
16	私たちよりも、お客様の方が過去にあった事実、歴史に感心がある!? <b>歴史信頼の法則</b> .....	072
17	「お客様は神様です!」お客様はそんな扱いを求めているのかな? <b>肌が触れ合う距離感の心理</b> .....	076
18	旬というフィルターを通し続けてはじめて永続できる!? <b>旬の味付けのノウハウ</b> .....	080
19	お客様新しい気づきを届けて、恩を売る!? <b>新しい気づきの法則</b> .....	084
20	どんなに親身になっても、お客様と同じ立場になれない!? <b>同じ立場の心理</b> .....	088
21	お客様はあまりサプライズを求めているいない!? <b>和みの法則</b> .....	092
22	私たちは感謝を伝えていると思っても、お客様から見たらどうなんだろう!? <b>丁寧な感謝のノウハウ</b> .....	096

23	最近のお客様には、遠いこと、大きなことは響かない!? <b>身近な事実の法則</b> .....	100
24	想いを口頭だけで伝えても、多くのお客様に伝わらない!? <b>想いの見える化のノウハウ</b> .....	104
25	きちっとして真面目、悪くないけどお客様は面白くない!? <b>お笑いリラックスの心理</b> .....	108
26	プライベートと同じ気持ちで仕事をするって、アリですか? <b>オープンマインドの法則</b> .....	112
27	情報があればあるほど、お客様は迷ってしまう! <b>断捨離アプローチのノウハウ</b> .....	116
28	お客様は自分で言っていることがわからない!? <b>事実と解釈、判断のノウハウ</b> .....	120
29	お客様は商品の機能にそれほど興味がない!? <b>モノがくれる心のハッピーの法則</b> .....	124
30	お客様は私たちの心の中にある消極的な気持ちがわかってしまう!? <b>新しい挑戦の法則</b> .....	128
31	作り手の想いが見えないモノには、あまり魅力を感じない!? <b>作り手の想いの法則</b> .....	132
32	出来上がったモノじゃつまらない? ちょっとモノづくりに関わりたい! <b>モノづくり、プチ関与の法則</b> .....	136
33	お客様は、モノの基本価値ではなく、プラス価値で選んでいる!? <b>プラス価値の法則</b> .....	140
34	社員は、会社の長期プランに共感して安心したい <b>長期プラン、共感枯渇の心理</b> .....	144
35	人と人の気持ちが重なる部分が増えたとき、新たなパワーが生まれる! <b>心が重なるパワーの法則</b> .....	148

---



---

---

---

36	あなたの部下は安心感を抱きながら、仕事に取り組んでいますか？ <b>包容欲求の心理</b> .....	152
37	「〇〇さんの力が必要だから…」と伝えたこと、ありますか？ <b>存在の必要性の法則</b> .....	156
38	スタッフ1人ひとりの成長速度は同じじゃない！ <b>マイペース成長の心理</b> .....	160
39	世代が違うから…と、心を近づけることを諦めていませんか？ <b>世代間ギャップの法則</b> .....	164
40	お客様はソーシャルメディアにアップするネタがなくて、困っている!? <b>ソーシャルメディア“ネタ”お届けの法則</b> .....	168
41	新しすぎるとお客様は手を出さない？ リスクが少ない新しいことを届ける！ <b>組み合わせの法則</b> .....	172
42	自分に問いかけることではじまる！ 本当にお客様を理解すること。 <b>自分の心に問いかける</b> .....	176

## 巻末付録

<b>これだけは絶対覚えたい！ 20 の顧客心理</b> .....	179
------------------------------------	-----

<b>おわりに</b> .....	188
-------------------	-----

<b>参考文献</b> .....	189
-------------------	-----

---

---