



無料サンプル構成

INDEX.

1. 意識すべきこと
2. ペルソナ
3. 返報性の原理
4. ツァイガルニク効果
5. 無料サンプル構成の全3パターン

A top-down view of a meeting table with laptops, notebooks, and people's hands. The table is light-colored wood. There are several silver laptops, some open and some closed. There are also notebooks, pens, and coffee cups. A person's hand is pointing at a document on the table. The text "1. 意識すべきこと" is overlaid on the image in a white box.

1. 意識すべきこと

1. 意識すべきこと

- ・ペルソナ
- ・返報性の原理
- ・ツァイガルニク効果



1. 意識すべきこと

無料で渡すものだからと適当に作成してしまっただけではお客様に価値提供することができません。

無料サンプルで価値を感じてもらえないと当然ですが購入には至りません。

そのためペルソナを意識してどんな無料サンプルを求めているのかをしっかりと考える必要があります。



A top-down view of various men's accessories arranged on a light-colored wooden surface. In the top left, a pair of black leather brogue shoes with perforated toe caps. To their right is a large, textured black leather bag with a zipper and a handle. In the bottom left, an open notebook with lined pages and a silver pen resting on it. In the bottom right, a wristwatch with a silver face and a black leather strap. A semi-transparent white rectangular box is centered over the notebook and bag, containing the text '2. ペルソナ'.

2. ペルソナ

2. ペルソナ

無料だからといって誰もが受け取るわけではありません。

街中で配布しているティッシュと同様です。

あのティッシュも無料ですが全員が受け取るわけではないありません。

受け取るのはティッシュを使いたい人、つまりティッシュに価値を感じている人が受け取るわけです。

ペルソナの求めているものが何かをしっかりと考えて無料サンプルを作成していきましょう。

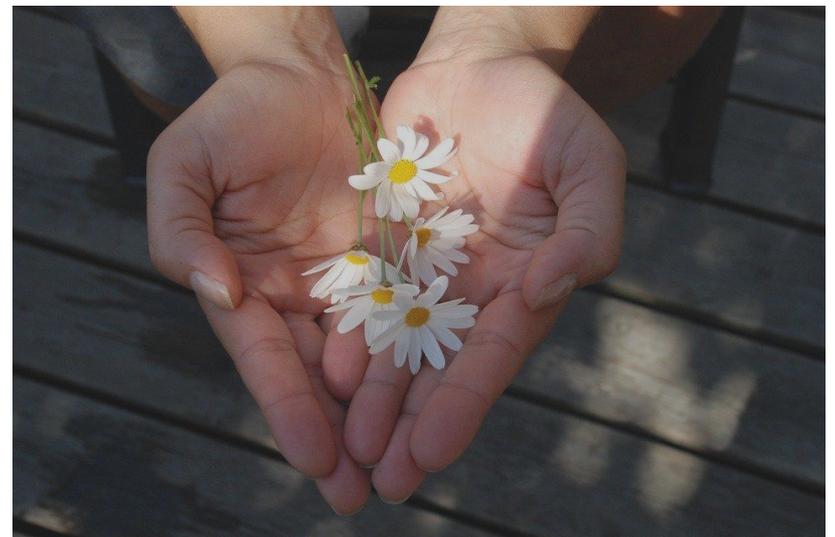


3. 返報性の原理

3. 返報性の原理

返報性の原理は、社会心理学者のロバート・B・チャルディー氏の著者「影響力の武器」で紹介されたことでも有名な心理効果です。

簡単に言えば、人は恩を受ければ、恩を返したくなります。



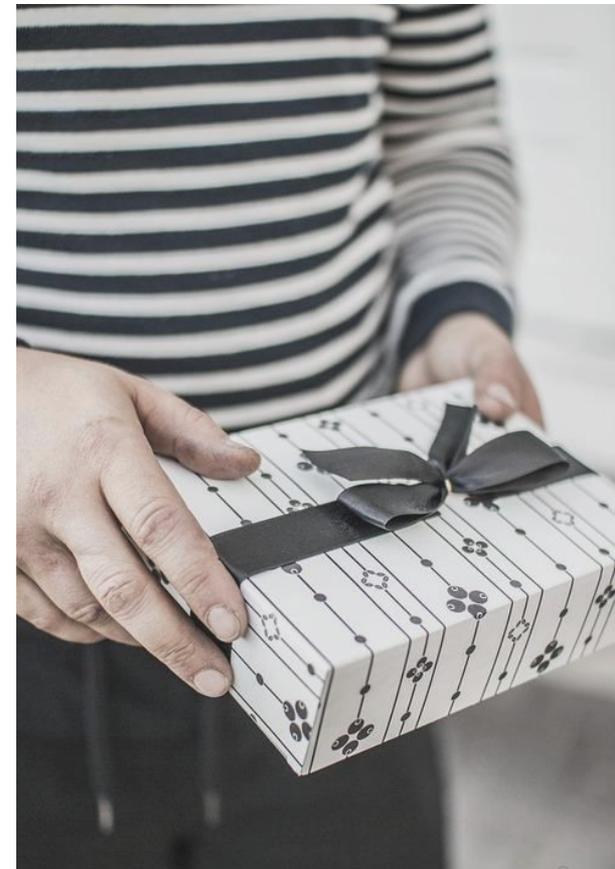
3. 返報性の原理

例えば、誕生日プレゼントを貰えば、その人の誕生日にもお返しの意味も込めて誕生日プレゼントをあげるでしょう。

自分だけが恩を受けた状態は、気持ちが悪い気がします。特に日本人は「お礼をなさい」という教育を幼い頃から受けています。

ですので、受け取った恩をお返しすること、受け取った以上で恩返ししたいと感じるのはごく自然な心理現象です。

それほど強力なのが、返報性の原理です。



3. 返報性の原理

しかし、ここで注意していただきたいのが返報性の原理はいいことだけではありません。返報性にはいくつかの種類があります。

好意の返報性	こちらが好意を見せれば、相手もこちらに好意を示してくれる
敵意の返報性	こちらが敵意を見せれば、相手もこちらに敵意を示す。
譲歩の返報性	こちらが譲歩すれば、相手もこちらに譲歩してくれる
自己開示の返報性	こちらが自己開示すれば、相手も同じ程度の自己開示をしてくれる

そのため返報性の原理の「好意の返報性」を生かせるように意識しましょう。

3. 返報性の原理

つまり無料サンプルで置き換えると
お客さんにしっかり価値提供をする必要があるということです。

いらぬものは無料であろうがいらぬのです。

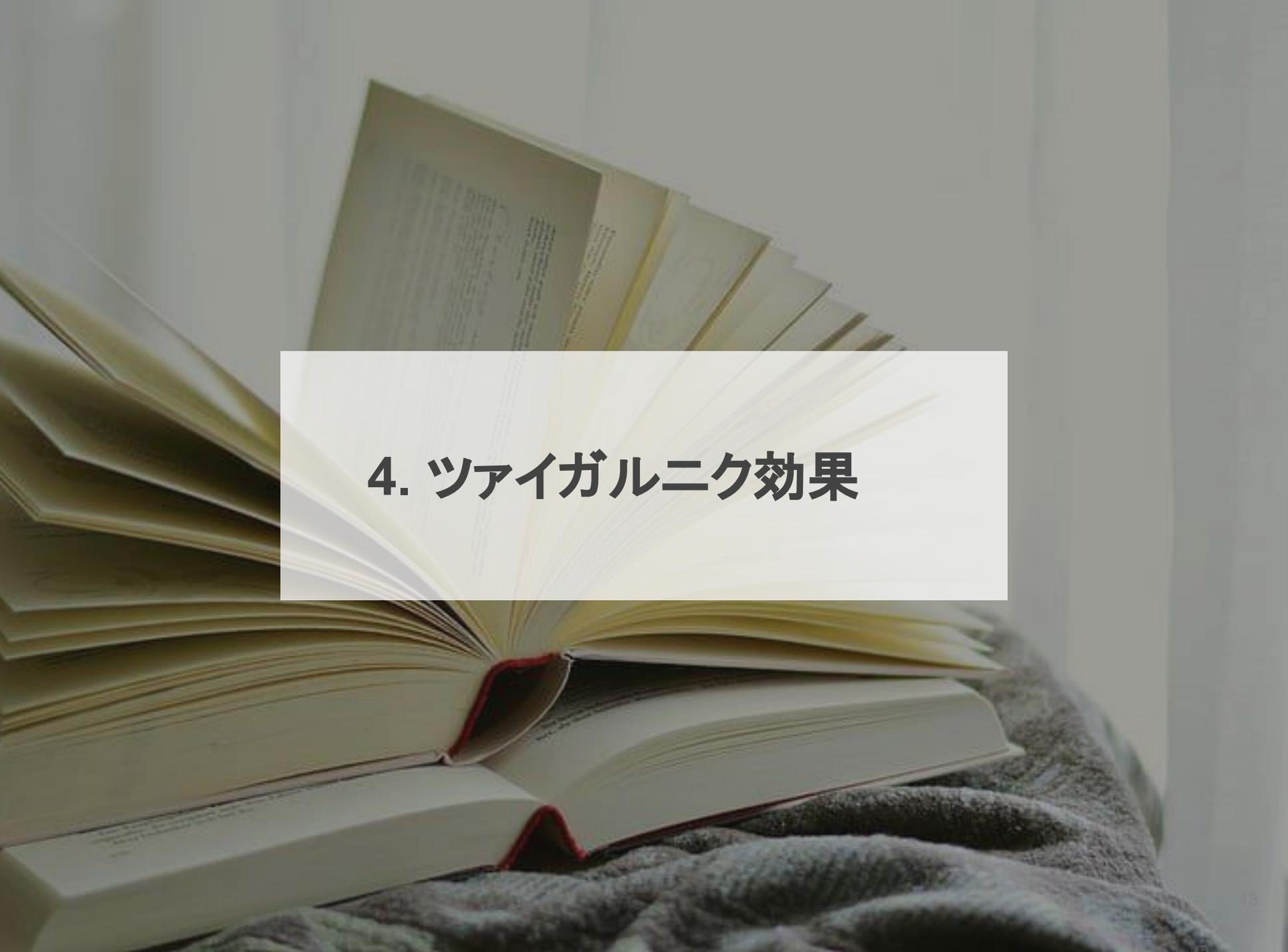
役に立たぬ情報、ノウハウなら
マイナスの返報性が働き、購入されることはないでしょう。

3. 返報性の原理

しかし、良い情報、お客さんにとって**有益**と感じられる無料サンプル、ノウハウをお渡しすることで、**プラスの返報性**が働き、購入に至る可能性が上がります。

スーパーの試食コーナーで配っている試食がまずかったら、その商品を買わないのと同じです。

しっかりとお客さんの理想像のためのサンプルか、質は良いが求められている内容とかけ離れていないか、確認しながらあなたのペルソナ目線で作っていくことが重要になってきます。



4. ツァイガルニク効果

4. ツァイガルニク効果

前回は説明した内容ではありますが、中途半端なところで終わってるから

- 続きが気になって仕方がない
- もっと知りたい
- 結末を知りたい
- 最後までやりたい

などの心理学的現象です。

これをうまく活用し、例えばカリキュラムが全10個あるとしたら5個まで無料サンプルにし有料商品を販売するのも戦略としてあります。

4. ツァイガルニク効果

- ①有料商品で考えていたものを、無料サンプルに回す
- ②新しく集客しやすい、無料サンプルを再考する
- ③上記2パターンの組み合わせ

上記3つのパターンがありますが、詳しくはワークで実践していくので、いまは深く理解しなくても大丈夫です。