



9つの心理トリガー

— 19日目 —



セールスシナリオ編

メンタルトリガーを理解する

セールスシナリオは、メンタルトリガーを理解して作成することが非常に重要です。

まずメンタルトリガーの前に、みなさんがやろうとしていることは、『リストマーケティング』と言い、次のような流れで販売まで行います。



シナリオは、この「教育」の部分になります。

見込み客（リスト）をLINEアカウントに集めて、何日間かに渡ってシナリオ（メッセージ）を配信し、最後にセールスをするわけですが、そこでコンテンツを購入していただくためには、シナリオは何でも良いというわけではありません。

ここで重要なのが、メンタルトリガーになります。
必ずメンタルトリガーを意識して作成しましょう。

次に、メンタルトリガーって何？ということですが、「メンタル」は英語で精神的なとか、心の持ちようなどという意味、そして「トリガー」は、それらを引き起こして作動させる機動装置、引き金という意味です。

『メンタルトリガー』は、絶大な影響力で私たちの行動を左右すると言われており、全部で9つあります。

➤ トリガー1 ◀

権威

～権力を持った立場の人に従う傾向～

まず1つ目は「権威」です。

よく「権威性」と言いますが、人は権力を持った立場の人に従う傾向があります。

例えばですが、救急車に乗って白衣を着ている人がいたら、もうそれだけでも頼れる存在、安心感、言われたら従ってみようというのは、通常の人間の心理だと思います。

皆さんの場合ですと、例えば、何か資格を持っている、元Jリーガーである、元〇〇出場選手、経験〇〇年、その道での実績、などですね。

これを示すのがプロフィールです。

プロフィールを見たときに、なんかこの人すごいな、元々これだけ実績がある人なんだな、というのがわかると、読者さん側としても期待が膨らみますよね。

LPへの記載ももちろんですが、お友だち登録直後のシナリオには、権威を示すためのプロフィールや自己紹介を入れましょう。

圧倒的な実績などはなくとも、経験があるのであれば、言葉の選び方・見せ方で、いくらでも権威を見せることはできます。

➤ トリガー2 ◀

相互関係

～もらったら恩返ししなきゃという義務感～

人は、何かをしてもらったら、恩を返さないといけないという義務感が必ずあります。

わかりやすい例でいうと、例えばスーパーに行った時に試食コーナーで食べたら、買わなきゃ…という心理が働きますか？

シナリオで言うと、動画配信が相互関係にあたり、特典として無償で動画を配信する理由もここにあります。

➤ トリガー3 ◀

信頼

～近い人から聞く話を信じる～

家族や友人、学校の先生など身近な人と、まったく知らない人から聞いた話では、身近な人から聞いた話を信じますよね。

それは「信頼」があるからです。

その信頼を築いていくには、動画に対してコメントしてもらい、こちらからもお返事をする、コメントをいただいたらこちらからもコメントする、などして小さな信頼を積み上げていきましょう。

➤ トリガー4 ‹

期待

～ 期待・楽しみを高めてよりワクワクさせる～

シナリオを読んでいる、ワクワクしないとその先を人は見なくなり、途中で離脱していきます。

特典の動画では、子どもが楽しく取り組めるものや新規性のあるものを取り入れ、楽しいと思ってもらいその先への期待を高めてあげることが大切です。

セールスを1つのイベントだと思って、イベントを盛り上げる企画を考えるようなスタンスで取り組みましょう。

➤ トリガー5 ‹

好感度

～ 優れたコンテンツの無料提供
見込み客とのコミュニケーション～

これはわかりやすいと思いますが、ムスツとしてる人には何か近づきにくいですね。

ですので、配信する動画でも、とにかく明るく元気な姿を見せましょう。

そして、優れたコンテンツを無料で提供し続けることも好感度に繋がります。

一応、テンプレートでは特典動画を3本配信としていますが、セールス後に1週間に1本無料配信し続けたりしても良いわけです。

そして、見込み客とのコミュニケーションが重要です。

これは、「信頼」の部分でもお伝えしましたが、シナリオをただ一方的に配信するのではなく、見込み客にアクションを起こさせ、それに対してこちらもアクションを起こすということが、好感度に繋がっていきます。

こちらから悩みを聞いたり、コメントを促したり、スタンプを送ってもらったりして、それに対してこちらからもアクションを起こしていきましょう。

➤ トリガー6 ‹

イベントと儀式

～集団を一体化させ、強く心を掴む～

これは、シナリオで言うところの「オープンカート」にあたります。

オープンカートというのは、購入のカードが開く日、つまりシナリオを何日間かに渡って配信した後、セールスをする日のことです。

人は基本的にイベントとかお祭りが好きですよ。

「期待」のところで、セールスを1つのイベントだと思ってイベントを盛り上げる企画を考えるようなスタンスで、と言いましたが、それがここに繋がってくるわけです。

人は、何だか楽しそうなところに集まってくるものですので、オープンカートまでに盛り上げ、一体感を持たせるセールスをしていくことがすごく大切です。

例えばですが、スタンプをさせて、そしたらスタンプが〇〇個も返ってきてます！などと配信し、これだけみんなの空気が盛り上がってますよ、みんな配信についてきてね、という感じで、盛り上がりを見せ、一体感を強めていきましょう。

➤ トリガー7 ◀

コミュニティ

～コミュニティのルールに沿って行動する～

これは、シナリオからはちょっと外れますが、今後、教室を運営していくにあたり必要なメンタルトリガーになります。

人は、コミュニティのルールに沿って行動するようにできています。

例えば、どこかのコミュニティに属したことがある方はわかるかと思いますが、必ずと言っていいほど、スタートはマインドセットから始まるんですね。

そのコミュニティのルールとして、みんなが同じ方向に同じ考えで進むように、ちゃんとセットされています。

これは、今は1本のコンテンツでも、今後皆さんが月額制のコミュニティなどを始めるときには必ず最初に必要で、子どもへのルールだけでなく、親ごさんも同じ方向に向かせないといけません。

うちのこのコミュニティはこの方針でやっていきますよ、という柱を作ることが必要で、そこがぶれてしまうと親同士・子供同士で面倒なことが起こってしまうことになり兼ねません。

これは、オンラインでもオフラインでも同じです。

➤ トリガー8 ‹

希少性

～数が少ないと理解すると、より欲しくなる～

例えば、世界で20足しか作られてないナイキのスニーカーが、日本にこれから5足だけ入ってくる！と聞いたら、ちょっと欲しくなりませんか？

しかも、なぜかど田舎の近所のスーパーに1足だけ入ってくるようになったら？しかも破格で2万円で買えるようになったらどうでしょう？

これは、シナリオに組み込むと、セールス時の「限定性」になります。

- ・先着〇〇名様
- ・初日だけ〇〇円で販売
- ・〇〇日間限定販売

などです。

これまでのメンタルトリガーがあり、希少性が生きてきます。

優れたコンテンツを無償で提供し続け、信頼関係ができてきて、何か出てくるんじゃないかとワクワクさせ、いっぱい無償でもらったから期待に応えたいな、でも5人しか入れないのか…どうしよう、入りたい！と思わせる心理トリガーが、「希少性」です。

これがないと、オープンカート前日から、ぬるっとセールスが始まってしまうことになるので、ものすごく大事で絶対に必要な部分になります。

➤ トリガー9 ‹

社会的証明

～他人がやっているなら自分もそうしたい～

人は、誰かがやってたら自分もそうしたいと思う心理が必ず働きます。

例えば、実はたいして美味しくないラーメン屋さんだったとしても、行列ができていて並んでいたら、気になって並んでみたくなったりしませんか？

これが社会的証明で、シナリオでいうと、

- ・ 生徒さんの声
- ・ 実績者の声
- ・ 推薦者の声

などにあたります。

こういった声は、解決策の裏付け（エビデンス）にもなりますが、みんなが良いと言っているなら良さそうだ、という、社会的証明のトリガーを動かす要因にもなります。

以上になります。

シナリオを作成する際、どれか1つ抜けても上手くいきませんので、すべてのメンタルトリガーを意識して、シナリオを作成してください。