

1. 問題は何か？

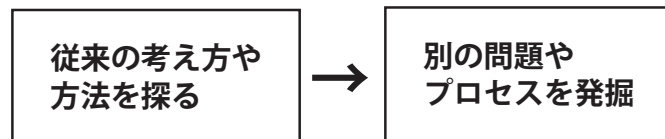
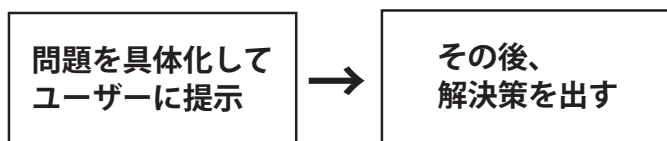
医者になったつもりで顧客の問題を診断する。

- ・ユーザーの「悩み」は何だろう？
- ・「何を解決したい」と思っているのか？

2. なぜその問題は解決されないのか？

あなたのせいではない…と優しく教えてあげよう

- ・これまでの商品・サービスではなぜ望みが叶わなかったのだろうか？
- ・考え方を換えられる部分はないかな？



3. 何が可能になるのか？

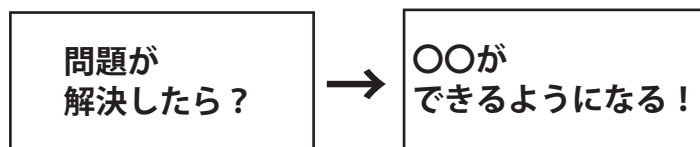
買っているのは商品ではなく、後の状態。
感情に訴えかけて欲求を高めよう！

- ・問題が解決されたら何ができる？どんな「気分」になる？
- ・顧客はどんなことをしたいと思っているのか？

『反応がある販促物』
を作るための
5つの質問

どんな商品でもシンプルに噛み砕くと行き着く先は”痛みを避けて、快楽を得る”ということになります。この5つの質問で、専門家のあなたがユーザーの困りごとや悩みを解決してあげてください。

V.160202



4. 他社の商品との違いは何か？

自分独自の売り（特徴）をアピールする

- ・他社になくて自分にある強みはなんだろう？
- ・顧客にとって他社では手に入らないものとは？

5. これから何をすべきか？

恥ずかしがり屋さんでも頼みやすくしてあげよう

- ・注文したいと思ったユーザーは、どうすればいいのか？
- ・その行動を取りやすくするために、工夫できることはないか？

