

誰でも明日から実行できる7ステップ共感セールス ～3回目B・全体を通して必要なスキル③～

マインドック
代表 鈴木栄美子





メタプログラムの質問表に書き込みをしてください。

信念・価値観に加えて、その人の持つルール決めのいくつかがわかります。

- 書き込み後に解説をします(別紙)

男女は全てが違う

3回目-2

言葉 (5次情報)

—— 解釈

(一般化・省略・歪曲)
(4次情報)

—— 体験・経験

(一般化・省略・歪曲)
(3次情報)

—— 文化・地域

(一般化・省略・歪曲)
(2次情報)

—— 五感覚

(一般化・省略・歪曲)
完全なデータ(1次情報)



男女で違う購買基準

【男性】

【欲求】変化・バラエティ

【必要】自己重要感

【焦点】結果

【親和】性能

【評価】デジタル・証明

【目標】能力による優位

【貢献】「何か」のため

【女性】

安定・安心

親密感

プロセス

用途

アナログ・使用感

存在としての優位

「誰か」のため



男女で違う購買基準

【男性】

【思考】概要・戦略

【立場】リーダーシップ

【女性】

詳細・戦術

フェローシップ

まとめると

【世界観】抽象の実体化

具体的な関係性

●自分が好きなことができない



状態と解釈が不快



●自分の好きなことをしている



状態と解釈が快樂



男女差

男性：自分一人で結果を出した



状態と解釈が快樂



女性：一緒に結果を出した



状態と解釈が快樂



男女差

男性：結果を評価してくれない



状態と解釈が不快



女性：プロセスを評価してくれない



状態と解釈が不快



男女差

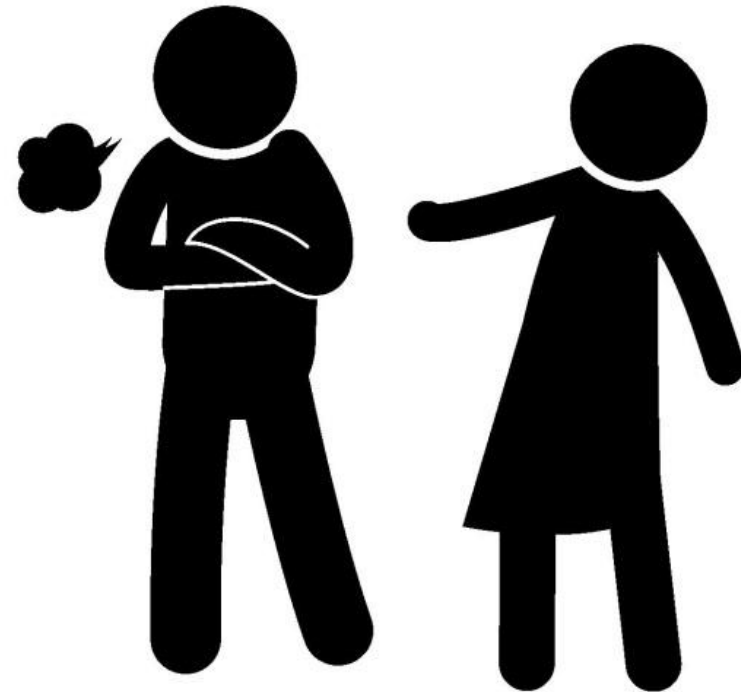
状態と解釈が不快だと・

男性：黙り込む

女性：(誰かに)話す

男性：怒る

女性：去る



状態と解釈が快樂だと・・・

男性：(限られた人に)話す

女性：口コミする/紹介する

男性：寛容になる

女性：協力しようとする





マインドック 男女で違う買い物の仕方

男性



球は一度に一つ
ゴールは一つ
進む方向も一方向

女性



球は一度にいっぱい
ゴールはいっぱい
進む方向はバラバラ



男女で違う集客方法

男性



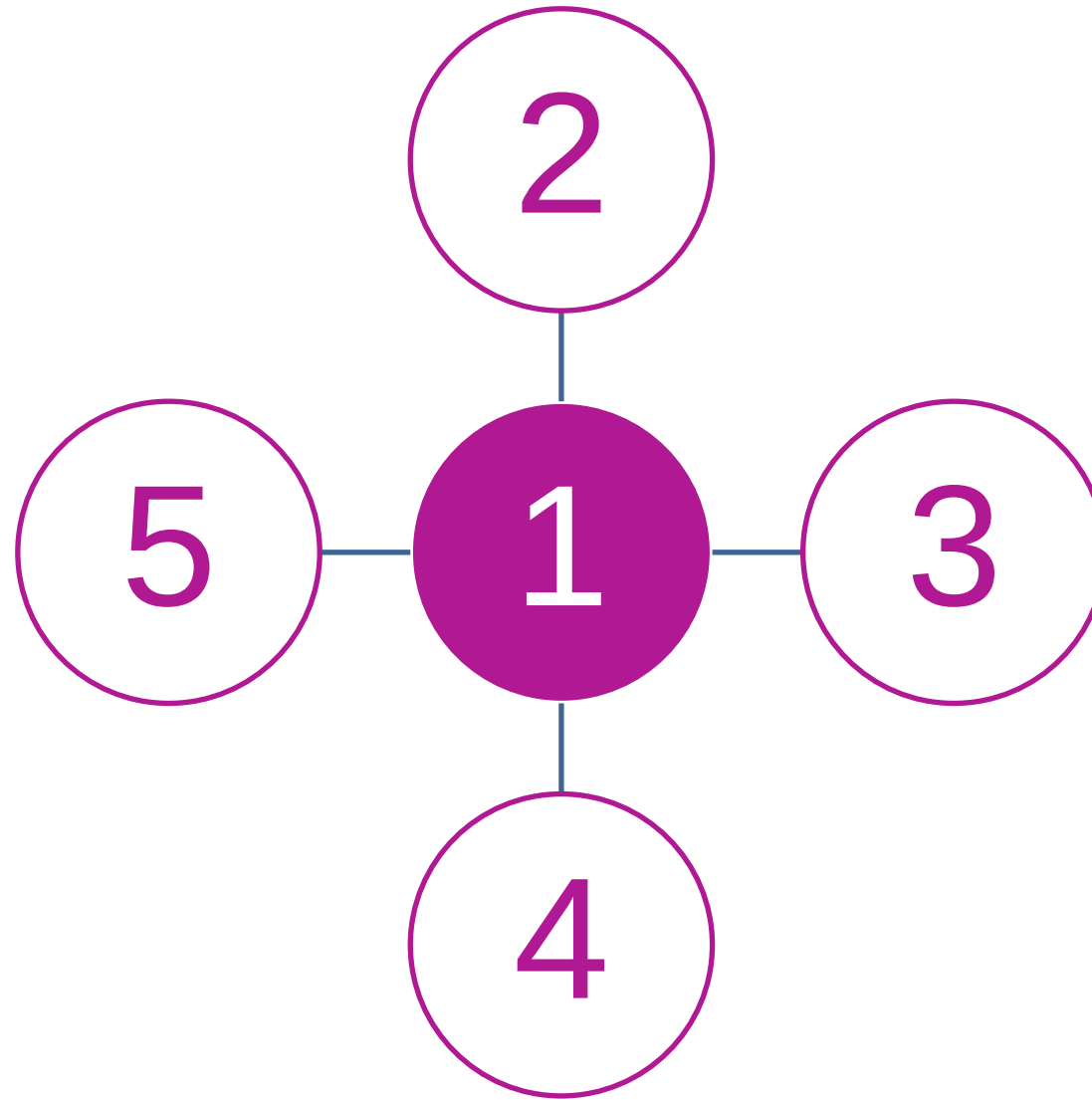
豪華なものをオファー
高価で希少価値が売れる
マスマーケティング向き

女性

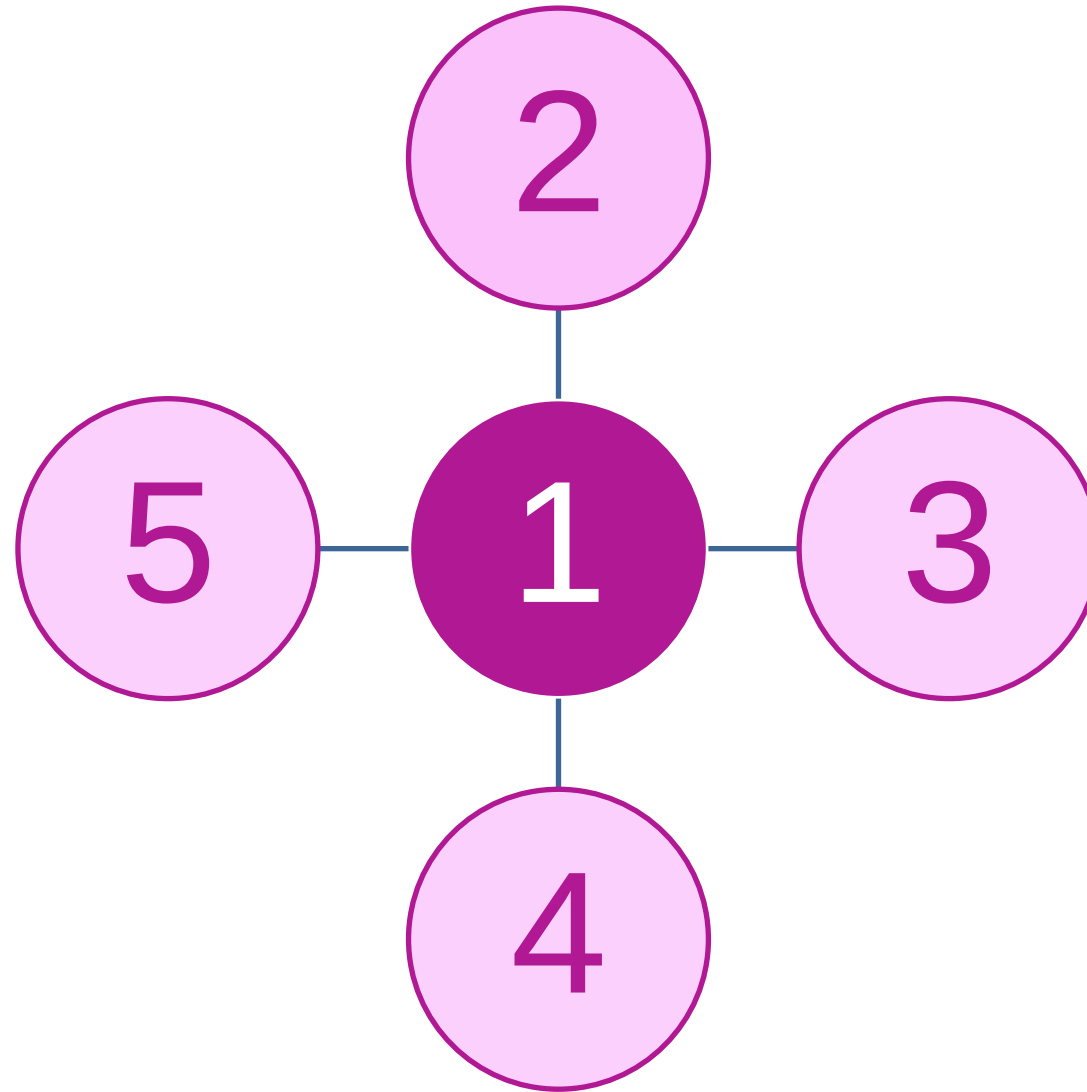


好みのものをオファー
気に入って買えば売れる
諸島マーケティング向き(造語)

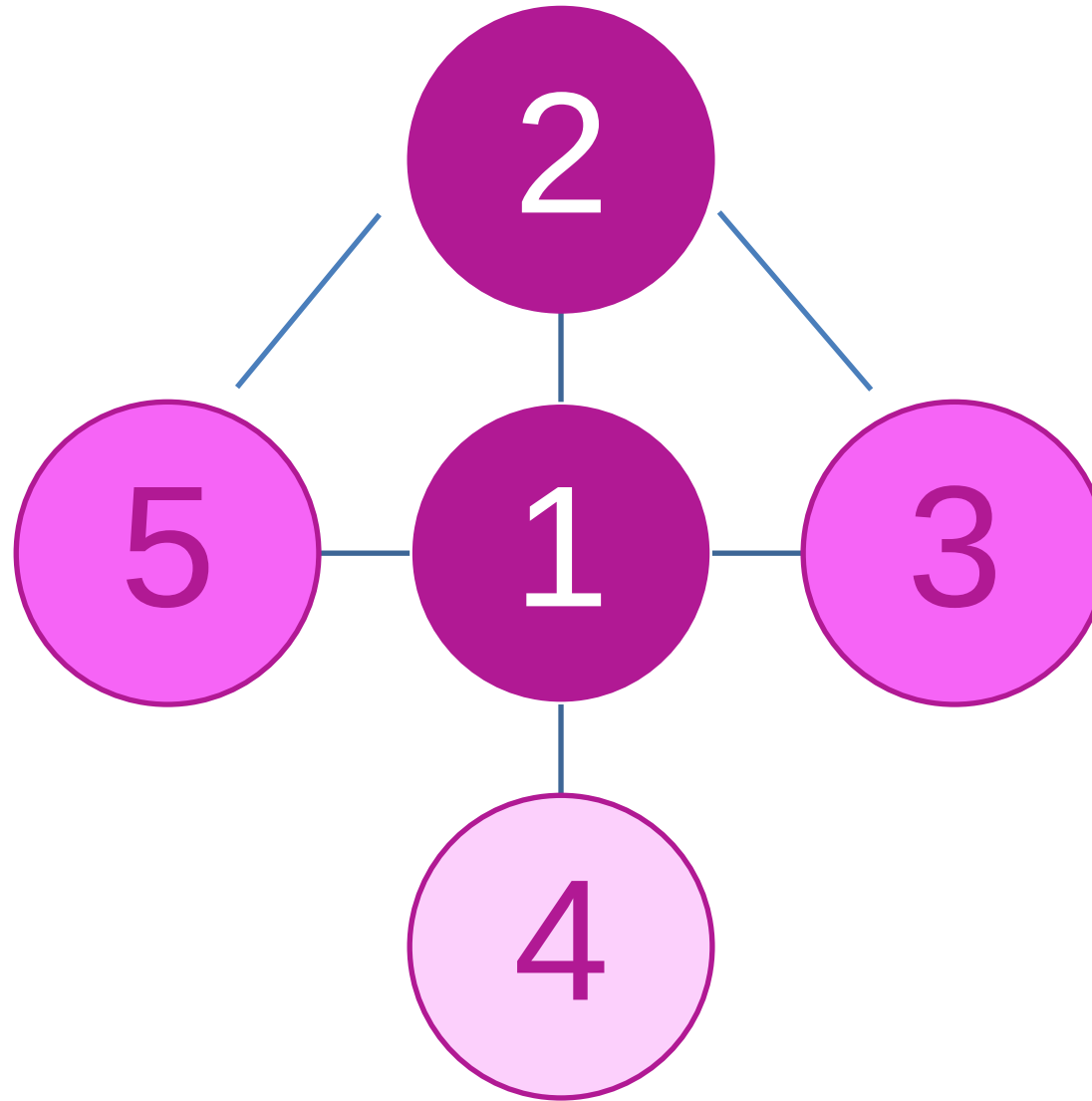
ロコミ発生の仕方



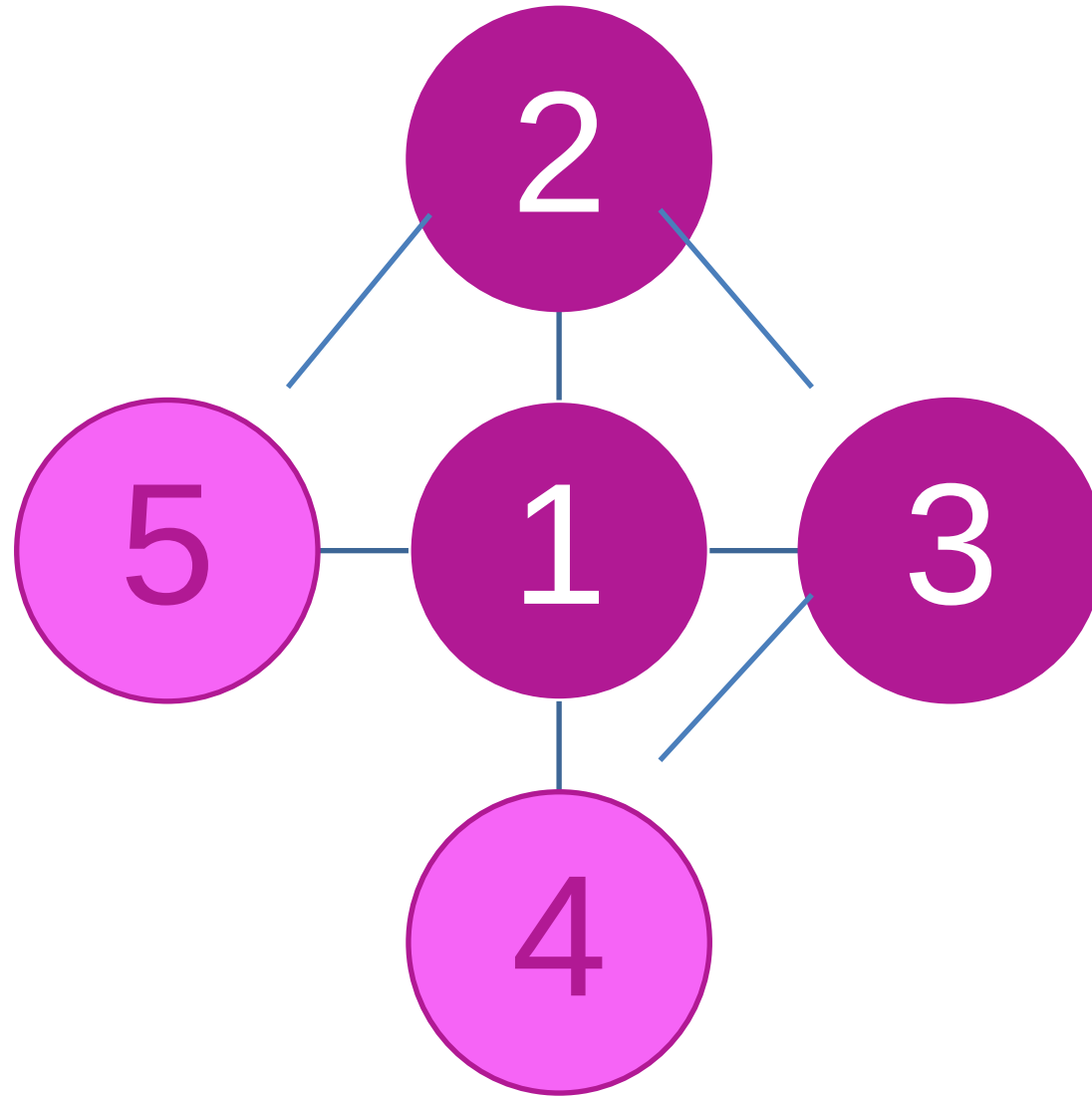
ロコミ発生の仕方



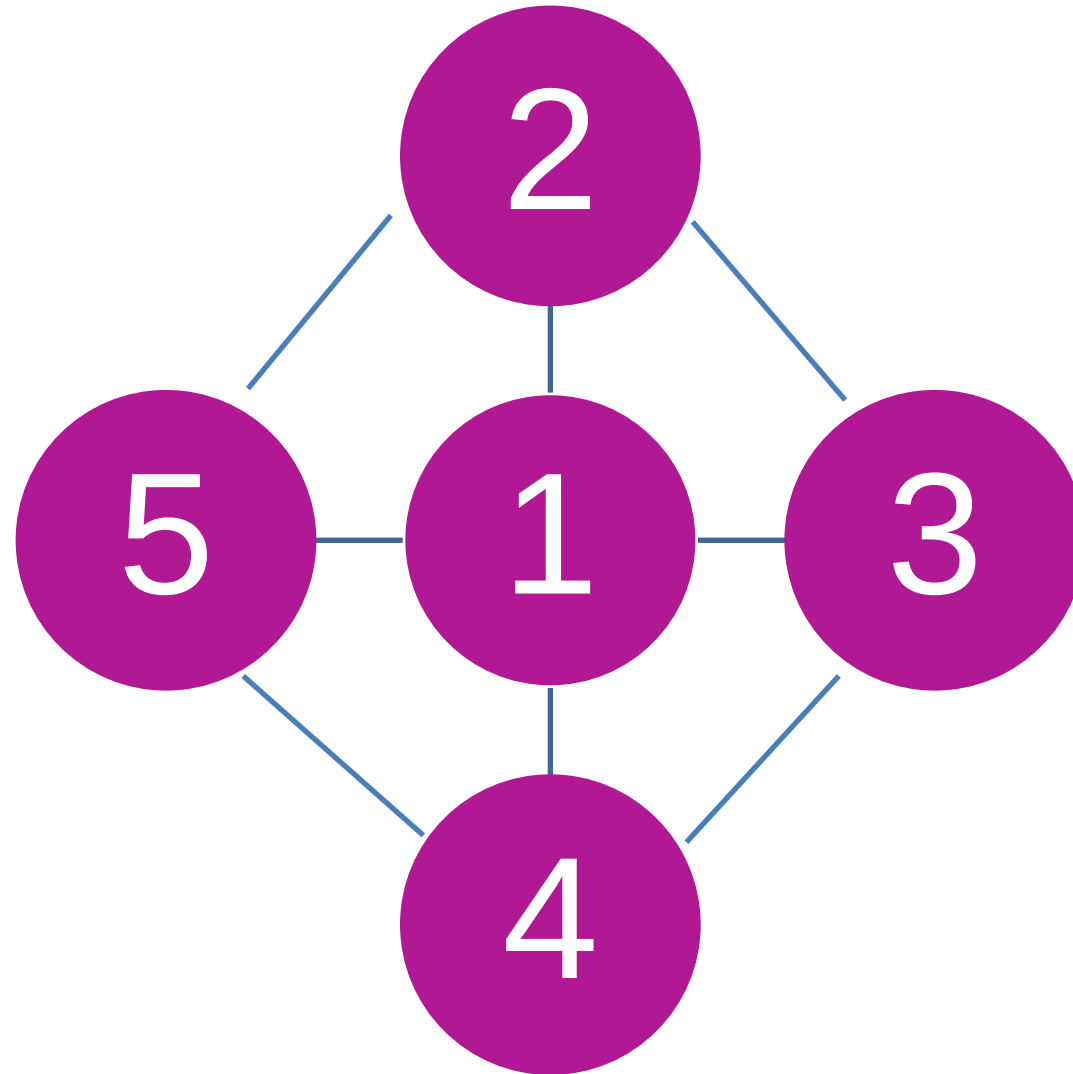
ロコミ発生の仕方



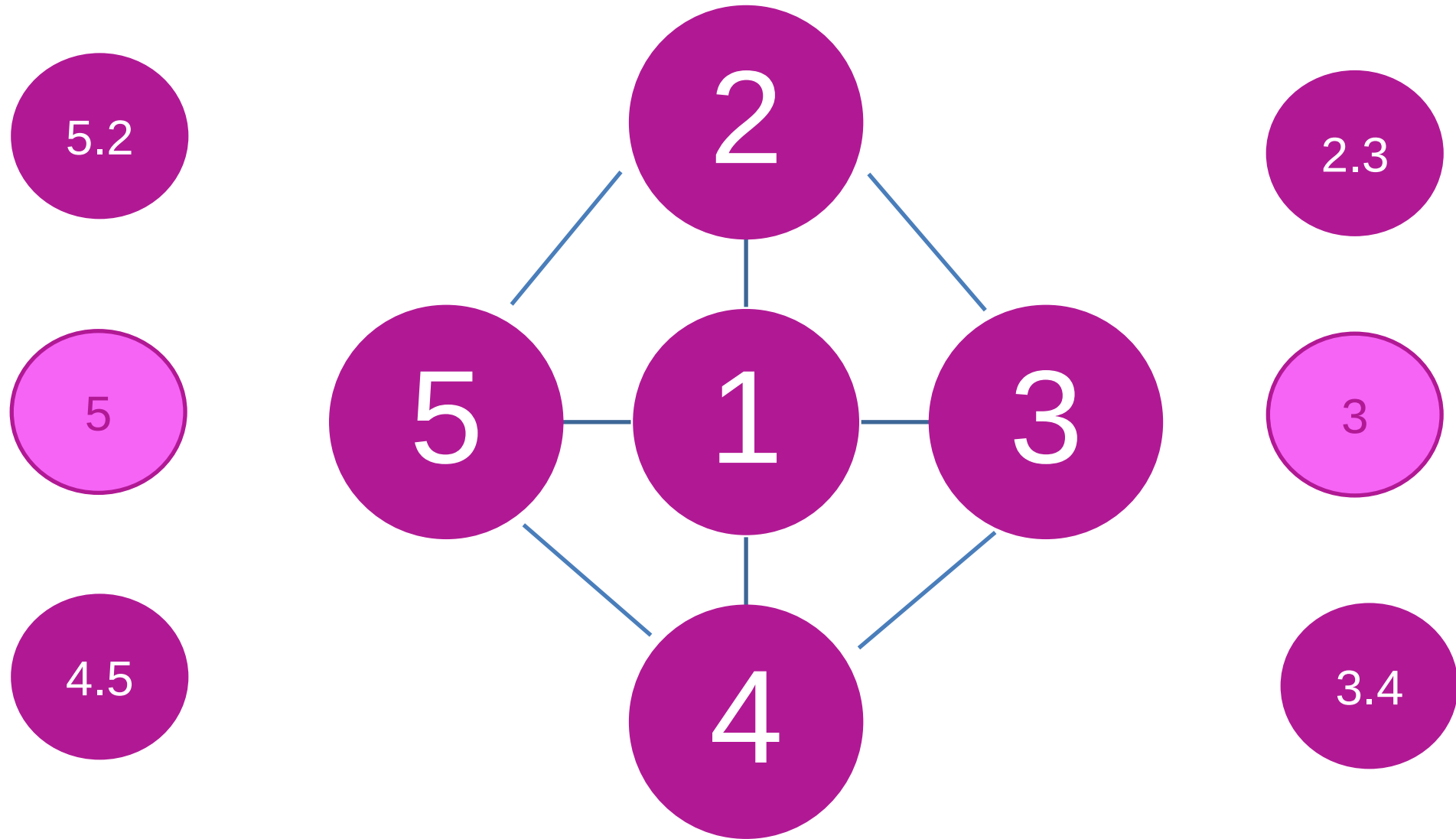
ロコミ発生の仕方



ロコミ発生の仕方



ロコミ発生の仕方





マインドック ホットボタンを押している動画や本

動画鑑賞

家売るオンナ
太鼓持ちの達人

書籍

正しいブスのほめ方
正しい太鼓のもち方・上司を転がす35の社交辞令
もっと良いものがあれば、教えてください

動画の登場人物の

自己認識と価値観について話し合う



マインドック【演習】を個人でする場合

一人でこの演習を行う時は、以下のようにしてください。

- A. 動画活用: 映画やドラマの中の登場人物の自己認識と価値観を判断してから、他の登場人物がその人の自己認識と価値観をどう感じているか見る。
- B. AIを活用: AIにドラマタイトルを教えて主人公の自己認識と価値観を覚えてもらう。



今回の最終地点

お客様のホットボタンをみつけて、購入せずにいられなくさせる。

ホットボタンとは
お客様が、ここを押されたら買わなければいけないと思っ
てしまうところ。
そこをみつけて、お客様が納得して購入するようにする。