きゃんたまん
「なぜあなたのHPは売れないのか」

- 頭の体操
  - 9つの点を一筆書き
  - 自分のワクを超える
  - 見てるもので判断しない
  - 常に新たな考えを
- 売れないやり方
  - 売り手のエゴ
    - 食材の訴求
  - 課題
    - この人にまかせたら大丈夫そう、と思わせていない
    - 買い手の立場で訴えていない
- さあ売るぞ
  - 重要成功要因
    - 売るためにはなにをすべきか
    - この人にまかせたら大丈夫
    - お客様にイメージさせること
      - 買ったらどうなるか
        - メリット
      - 便利になること
      - 美しくなること
  - さらに
    - 買わなかったらどうなるか
      - 人によって違う
        - お客様の数だけ理由がある
      - 商品で分類しない
    - ブレインダンプ
      - 頭の中にあることを全部書く
      - 買わない理由がたくさんある
        - 不安
        - リスク
      - 全部つぶしていく
        - 買うしかなくなる
        - リスクリバーサル
        - お客様のリスクをつぶす
  - 価格
    - 売る価格と買う価格
      - お客様の立場で考える
      - 買うときの妥当な価格であることを説明できていない
      - 通常の価格の妥当性を訴求しているか
- やっぱり買わないお客様
  - それでも買わない
    - 買わされたと思いたくない
  - 自分が「判断」した
  - 買った瞬間から後悔する存在
    - 自己説得
    - お客様自身がいいわけする
  - いいわけできる材料を用意しておく
- Q&A
  - B2BとB2C
    - B2C
      - リスクリバーサル
    - B2B
      - メリット重視
        - ロジカルな説明が必要
      - ブランディング
- なぜ買うのか？
  - 買うには理由がある
    - 説得ではなく、納得が必要
  - 不安
    - お金をかすめとられるのではないかという不安
  - 理念を伝える
    - 3秒以内
      - せいぜい15秒
    - 伝わらなかったら二度と来訪がない
    - まずは「売ろう」ではなく「読まそう」
- つかみ
  - 心のカベ
    - 自分のことを話したい
  - 相手のこと
    - 興味を示す
      - 髪切ったね？
      - 肌のつやいいね
        - いいことあったの
      - お年寄り
        - 体の具合悪くない？
    - 自分のことから切り出さない
  - 子どもがころんだ
    - 大人を探す
- 売る
  - マーケティングは心理戦
    - 上手な人
      - 飲み屋のママさん
      - 詐欺師
  - 続きはあとで
    - もったいをつける
- ファーストコンタクト
  - なんのために
  - 目的
    - 心のカベをとる
      - 仲良くなること
  - 課題
    - いきなり売り込むのはNG
- ソーシャルメディア
  - 仲良くなるために最適のツール
  - よりリアルな関係
    - ビジネスの基本
    - 接客の基本
  - 70文字
    - 70文字でどう伝えるか
- 人が集まる場所
  - おもしろそう
  - たのしそう
  - にぎやか
  - おもしろそうな人がいる
- 人が入れない
  - 内輪受け
  - 井戸端会議
  - 課題
    - 新たな人の受け入れ
    - カベをつくらない
- つい金沢
  - きゃんたまん@つい金沢公式オフ会　#twikanazawa
  - きゃんたまんの知恵袋
    - 初回無料
    - 2回目から有料
    - 個人は月@5千円
    - 企業は月@5万円