

顧客(市場や利用者等)の行動心理から捉えた
商売繁盛の法則(商法)

新しいビジネスの 視点-⑪「ハロー効果」

1 マネジメント(経営管理、 組織運営)は時間管理

時間の特徴は、(イ)時間は在庫できない(時間貯蓄できない)(ロ)時間は生産できないから、人には寿命がある。また、人が主体の組織、企業にも寿命があり得る(ハ)組織、企業は人が交替できるから、永遠に存続できる可能性もある(ニ)永遠に存続できる組織、企業は、時間を大切に使う人が集まった集団である。

2 最大の付加価値は時間

(イ)製品在庫や商品在庫は金にならない。在庫は販売時間と生産仕入購買時間との差である(ロ)最大の付加価値は時間であり、最大のロスは時間である(ハ)最高の情報とは、新鮮さ(スピード)である(ニ)時間を真にコントロールできるのは自分だけである(ホ)時間管理とは、今日そして明日(未来)に最優先に行うことを具現化すること。その積み重ねが結果(成果)を生み出す。

3 行動心理学とは

行動心理学とは、人間の行動を観察したり研究することで、その行動をとった事に対する心理を分析、研究していく学問。例えば「ある動きをしたら、ある感情を抱いている」というように、行動をもとに人間(顧客)の心理を読み取っていく、という考え方。

4 行動心理学を学び商売(ビジネス)やマーケティングに活かす

行動心理学の効果を学ぶ(知る)と、市場・顧客の興味や関心を引くためにどのような戦略(方向性)がとれるのかで、コロナ後の新しいビジネスヒントに活かせる。また、人が無意識に行っている仕草から本音を読み解くことができるため、ビジネスシ

ーンだけでなく日常生活のさまざまなシーンでも活かせる。

5 行動心理学を通して効率的な時間管理を行う

行動心理学を実践し、効果を得ることで事業活動の「費用(時間消費)対効果(売上・利益アップ)」の向上に繋がる。当社(当店)にとって適正な行動心理学を組み合わせて「最適化」することをお勧めする。

6 行動心理学に基づいた商売の法則-⑪「ハロー効果」

優れた1つの特徴で全体を評価してしまう心理効果。人は、物事の一面を判断した時に、それを「先入観」「偏り」として他の部分にも認知バイアス(物事を評価するにあたって他

の意見や事柄に大きく影響を受けること)のかかった評価をしてしまう傾向がある。

7 ポジティブハロー効果

マーケティング施策に活用される基本的なハロー効果は、商品やサービスが良い印象、高い評価を得られるようにする、ポジティブハロー効果である。多くの人が好感、高評価をする要素を前面に打ち出し、その商品やブランドの全体的な評価を高評価へと導く。

■高価な背広を身に着けている人

↓仕事ができ、能力が高いに違いない

■社名は知らないが本社は千代田区大手町にある

↓信用でき、実績がある会社に違いない

■雑誌やテレビで紹介された寿司店
↓他の寿司店より
美味しいだろう

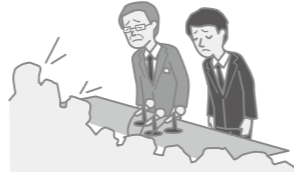


8 ネガティブハロー効果

社会でマイナスの評価を受けるモノやコトが商品とリンクすると、その商品も悪い特徴に影響されてしまう現象。SNSでの炎上や、イメー

9 ハロー効果が効きやすい5つの要素

①ロングセラーであること
継続的に高い評価を得ているであろうと想像できる利用実績や歴史をアピールする。流行に左右されない堅実な商品であるのだからという印象を与え、商品の信頼性や安定感を重視するターゲットに有効である。
(例)創業150年



②話題の新成分や新機能がある

目立つ特徴の中でも、多くの消費者が気にしていることや社会で話題になっている事について、対応していることをアピールする。社会的に「これが良いことだ」という論が広まっているところがポイントで、求めているターゲットがいるという判断のもとに行うことが有効である。
(例)化学調味料無添加、ノンシリコン

③専門家や権威者が関わっている

高度な技術をもつ専門家や、権威があるとされる人や機関が関わっていることをアピールする。

高度な技術をもつ専門家や、権威があるとされる人や機関が関わっていることをアピールする。

(例)医師が監修、NASAと共同開発



④商品の受賞実績

権威のある他者(機関、団体、コミュニティ)からの評価をアピールする。自分の評価よりも他者の評価を優先する「社会的証明の原理」との相乗効果である。
(例)〇〇賞受賞、ベスト〇に選ばれた

⑤スタッフの身だしなみ

販売員や営業スタッフの資格や役職を名札や名刺に記載して専門性を強調したり、ユニフォームや身だしなみでプロフェッショナルであることを印象付ける。「この人の話(セールストーク、商品説明)は、信用できる」という印象づくりに効果的である。また、スタッフの清潔感・安心感のある姿は、具体的なデータや肩書による信頼以外に、心情的なハロー効果が働きやすい顕著な例である。「身なりがちゃんとしている人は、仕事もちゃんとしているだろう」と考えるのはよくあること。ユニフォームは、ブランドをしっかりと表現するためにも重要な施策である。



おのおのじつお
中小企業診断士・
社会保険労務士・販売士
大野 実雄



●プロフィール
メーカー、経営コンサルティングファームを経てオノ経営労務事務所開設。「変化には変化でしか対応できない」を企業支援の基本としている。著書に「売れるように売れば必ず売れる」「働き方・生き方こころの軸」「勝つ企業」等がある。

本文とは異なる説もありますのでご了承ください。
*参考文献: ビジネス心理学大全(日本経済新聞出版)、今日から使える行動心理学(ナツメ社)、人間行動の心理学(ナカニシヤ出版)、行動心理学(宝島社)、経済は感情で動く(紀伊國屋書店)、P.F.ドロッカーのマネジメント(ダイヤモンド社)*イラストはイメージです。