

ニーズの拡大には 2 通りある

～ ニーズの広さ深さ① ～

「商品をもっとたくさん買ってもらいたい」というのは、売り手が常に考えていることです。ここで、もう少し深く考えてみましょう。「たくさん」というのは、商品の数でしょうか？購入するお客様の人数でしょうか？

①商品を買ってくれているお客様は 10 人。それぞれが 100 回その商品を買ってくれています。(例:お菓子や日用品のように、購入頻度が高いもの)

②商品を買ってくれているお客様は 1,000 人。購入回数は 1 回です。(例:スーツのように日用品と比べて何度も買わないもの)

ここでは、①と②を比較し、どうしたら商品の販売数が増えるかを考えていきます。



①買う人の人数「少」、買う回数「多」	②買う人の人数「多」、買う回数「少」
どんな商品が考えられますか？	どんな商品が考えられますか？

①の場合、いつも買ってくれているお客様に、今以上に買う回数を増やす、または一度に何個も買ってもらえるようにすることが必要です。

②の場合、スーツを一度に 2 着、3 着と買っていただくことよりも、買ってくれるお客様の数を増やすことが必要です。