

購買には心理的障害がある

～ 「プロダクトフロー」という考え方① ～

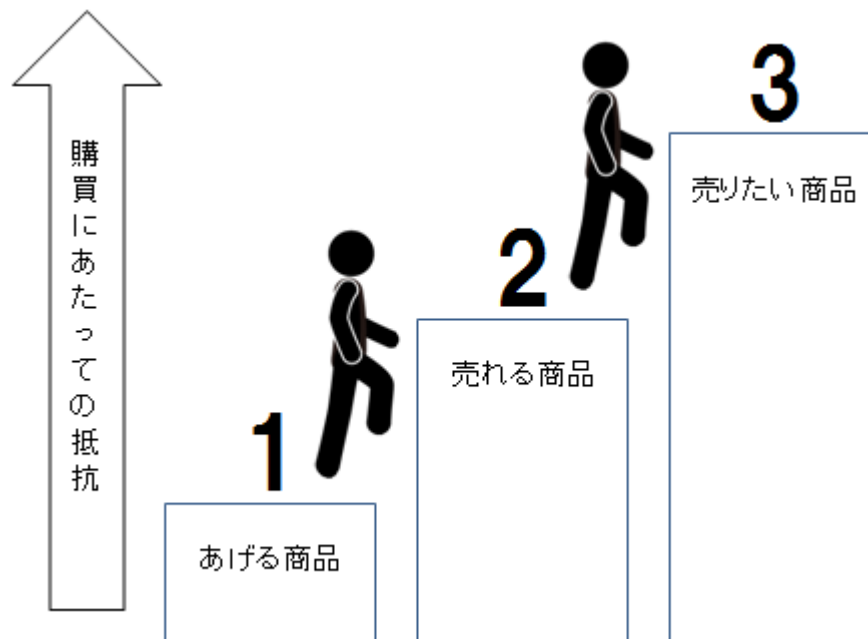
プロダクトフローは、「お客様があなたの商品を買っていく流れ」です。

根幹にある思想は、「購買には、心理的な障壁がある」という発想です。お客様にとって、大事なお金を出すことには常に抵抗があります。この購買の際の心理的障壁を、商品・サービスの品揃えの面から低くし、取り去っていくのがプロダクトフローです。

プロダクトフローは、心理的な障壁を2つの理由で低減していきます。

- ① 一貫性のルール → 1回買えば、次に買う際の心理的障壁が低くなる
- ② 売る前につなぎりを作る → 知り合いから紹介されたり、よく知っているお店であれば抵抗は少なくなる

商品・サービスの3つの段階



- 1 あげる商品（無料で提供する商品）… 化粧品・ガムのサンプリングなど
- 2 売れる商品（お客様がぜひ買いたい、と思う商品）… 利益度外視商品
- 3 売りたい商品（高価格・高利益率の商品）