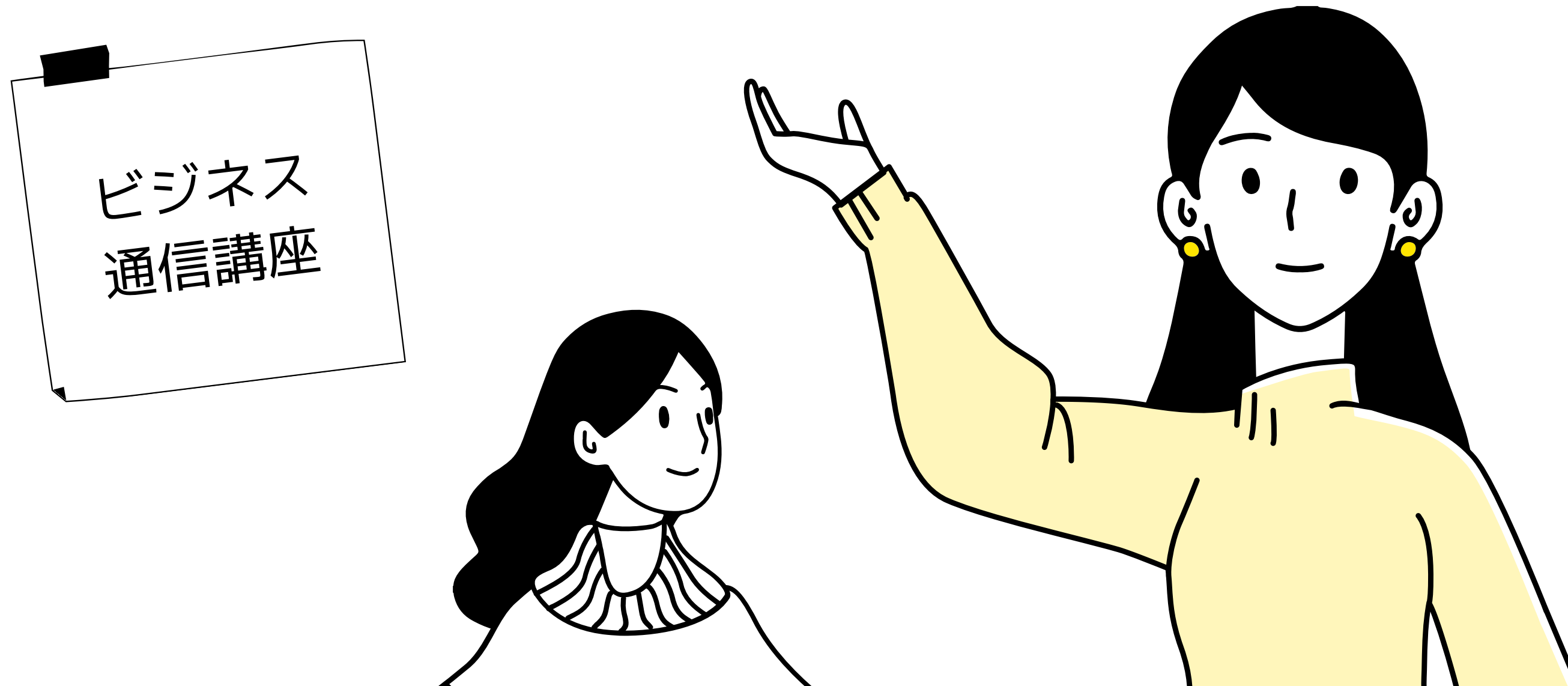
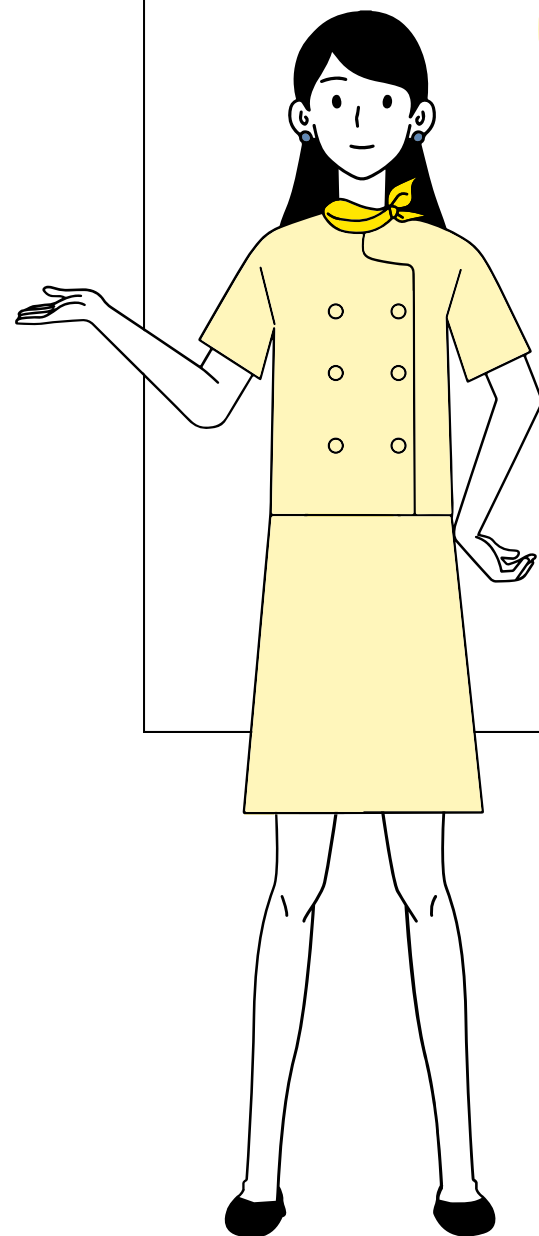


トノエル式

セールスまでの情報発信計画 お客様の気持ちに寄り添う





情報発信は
いつでも
お客様に向けて

サービス提供もセールスも
すべてはおお客様の気持ちに寄り添って行います
セールスまでの流れも同じです

セールスまでの情報発信を考える前に
お客様が契約に至るまでの「気持ちの変化」に
心を寄せてみましょう

カスタマージャーニー



直訳すると「お客様の旅」
お客様があなたのサービスを知ってから契約に至るまでの
思考、行動、心理を表したものの

セールスまでの流れを考えるのに大切にしたいのは
あなたの都合よりも「お客様の気持ち」

いきなり募集開始するということは？



- お客様に「衝動買い」はさせたくないですよ
- 突然「サービス開始します！今すぐ申込んでね」ってストーリーズを流すのは、お客様に心の準備をしてもらう時間や情報を与えていなくて、ずいぶん雑な行為
- 有料・無料にかかわらず、お客様の大切な時間をいただくことになる
- 申し込みをするための判断材料となる情報を、時間をかけてお伝えしていく必要がある

お客様の気持ちの変化を想像する



- サービスを知る
…こんなサービスがあるんだ！
- 提供者の思いを知る
…こんな人が提供してくれるんだ！
- 申し込み方法を知る
…申し込みたかったら〇月〇日〇時だね！
- 成功体験を知る
…私もこんなふうになれるかな？なりたい！
- 申し込みをする
…安心、納得して申込ができる！

あなたの都合よりも…

大切にしたいのは
「お客様の気持ち」
これを想像することから
はじめましょうね

寄り添う気持ちが
信頼にもつながります