

【朝倉和哉からプレゼント】

ライン公式に入ってください、ありがとう特典



◆ 事業家やアフィリエイトがマーケティングに活かせる“心理学”の要点まとめ20選！

ブロガー・アフィリエイト・事業家の方におすすめのビジネス・マーケティングに応用が可能な“心理学”の要素を20個まとめました。

行動経済学を知っておくことで「マーケティング」「マネジメント」「自己実現」にも有効に働きます。

ぜひご活用ください。

【アフィリエイト・事業家におすすめの知っておくと損しない心理学】

1.アンカリング効果

最初に提示された数値や情報がアンカー(刺激)となり、のちほど好条件を提示されると好印象を受け、それに伴い判断してしまうこと。

2.イケア効果

自分が苦勞して手を加えたものに対して愛着を抱き、実際の価格以上に価値を感じる現象。

3.威光価格

ブランド品などで、ステータスの高さを消費者に感じさせることのできる高い価格。50万円などのキリの良い価格がプレミア感を演出する。

4.韻踏みの効果

語呂の良いフレーズは印象に残りやすい現象。

例としては、「セブンイレブン、いい気分」という誰もが知っている広告フレーズなど。このように、企業は自分自身をブランディングするために、思い出しやすくなる馴染み深いイメージを工夫しています。

5.ヴェブレン効果

高い価格やブランドのイメージで消費者の自己顕示欲がくすぐられて需要が増加する現象。

6.おとり効果

選択肢の中におこりとなるような選択肢を混ぜることで、他の選択肢の評価が上がること。もう少し詳しく説明すると、松竹梅の法則といって2つしか選択肢がないとどちらにするか迷いがちですが、3つになると真ん中を選びやすくなる法則です。この3択のような文脈によって選んでほしい選択肢が魅力的に見えることを“おとり効果”といいます。

7.解釈レベル理論

対象や出来事に対する心理的距離の遠近が評価に影響するという理論。

例としては、「マリッジブルー」が挙げられる。結婚1年前は新婚旅行や伴侶と暮らせること...などなど楽しみにしていたものの、結婚式が近くに連れて引っ越しの準備や式場の準備、結婚への不安が出てくる現象。これも解釈レベル理論からくるものです。

8. 確証バイアス

選択的知覚による偏った情報をもとに都合よく判断してしまうこと。

選択的知覚・・・多くの情報が与えられている中で、その人個人にとって重要度の高い情報が、脳によって特異的に選択されて知覚されること。

9. カクテルパーティー効果

いろいろな人が会話をしている喧騒の中でも相手の話だけを聞き取ることができる現象。選択的知覚の1つ。

10. 確率的加重関数

確率に対する主観的な感じ方を表したもの。低い確率ほど過大評価する傾向がある。

例えば、いままで宝くじに当たったことがないのに、毎年期待して宝くじを買ってしまう。確率が低いけども過大評価しているんです。

11. 価値関数

損得に関する主観的な感じ方を表したもの。人は得よりも損を大きく感じやすい。利益を得る状況下ではリスク回避的になるが、損失の状況下ではリスク志向的になる。

12. 吾恵性

相手からの見返りを期待し、他人に親切にする性質のこと。

13. 現状バイアス

未来にある満足よりも、目の前の満足を優先させてしまうという心理傾向。

14. 現状維持バイアス

変化よりも現状を維持することを望む傾向のこと。

15.時間的選好

人は将来よりも現在を重視する傾向にあること。

16.システマティック

情報を集めてじっくりと検討するタイプの思考タイプのこと。

高価なものやこだわりの強いものを買う時は、性能、価格、用途などさまざまな条件を考慮すること。

17.社会的選好

人は自分の利益だけでなく、他者の利益や言動も考慮するという考え方。

18.初頭効果

1番最初の印象にその後も影響を受けること。

19.タイムプレッシャー

時間制限を設けること。人は時間のない状況下では、ヒューリスティックを使う。

ヒューリスティック・・・時間がないときは過去に決定した経験から瞬時に意思決定を導き出す思考決定のプロセスのこと。

20.単純接触効果

同じものに何度も触れることで、好印象を持つようになること。

心理学は、学ぶと面白いものです。アフィリエイトや事業のマーケティングにも応用が効くので、ぜひ活用してみてください。

今回の特典は以上になります。

今後とも、よろしくお願いいたします。

SEO講師、ブロガー 朝倉和哉(カズリリィ)