

あなたのファンをつくるための 3つのポイント



ファンづくりは「最強の生存戦略」

人口が多かったこれまでの時代は、
高品質、低価格で争うことが可能でした。

人口減少の中、

新規顧客の獲得や不特定多数のお客様に商品が売ることが難しく
低価格競争サービスの薄利多売は成り立たなくなってきました。

また、インターネットの普及で情報が氾濫し
商品の差別化をすることさえ難しくなっています。

これからの時代は、

いかに

「あなたのファンをつくるか」

が、最も大切な生存戦略であると考えられます。



こんなお悩みありませんか？

お客さまに商品やサービスをオススメして
お断りされた経験はありませんか？

あなたの提案が断られた理由は、
あなたの人柄や商品、サービスに問題があるわけではなく、

実は・・・

そのお客さまは

「顧客」であり「あなたのファン」ではないのかもしれない。





「顧客」と「ファン」の違い

顧客

商品やサービスを魅力的に感じ、
繰り返し購入してくれる人

商品やサービスのみに
魅力を感じているため、
より安く、より優れた商品やサービスがあれば
そちらに流れてしまう

ファン

商品やサービスを魅力的に感じ、
繰り返し購入してくれる人

+

あなたを応援、愛してくれる人

あなたが好き・共感・信頼などの
ポジティブな感情を抱いているため、
他にどれほど優れた
商品やサービスがあっても
あなたから離れない



なぜ「ファンづくり」が大切なのか?!



お客さまに厚意でオススメしてる商品やサービスなど
お金のかかることであれば、最終の決定権を持っているのはお客さまです。

同じオススメでも、
顧客は、「またいつもの営業」と感じ、
ファンは、「私のために必要なアドバイス」と感じます。

そのお客さまが、「顧客」なのか、「ファン」なのかによって、
お客さまの印象は**180度**違ったものになります。

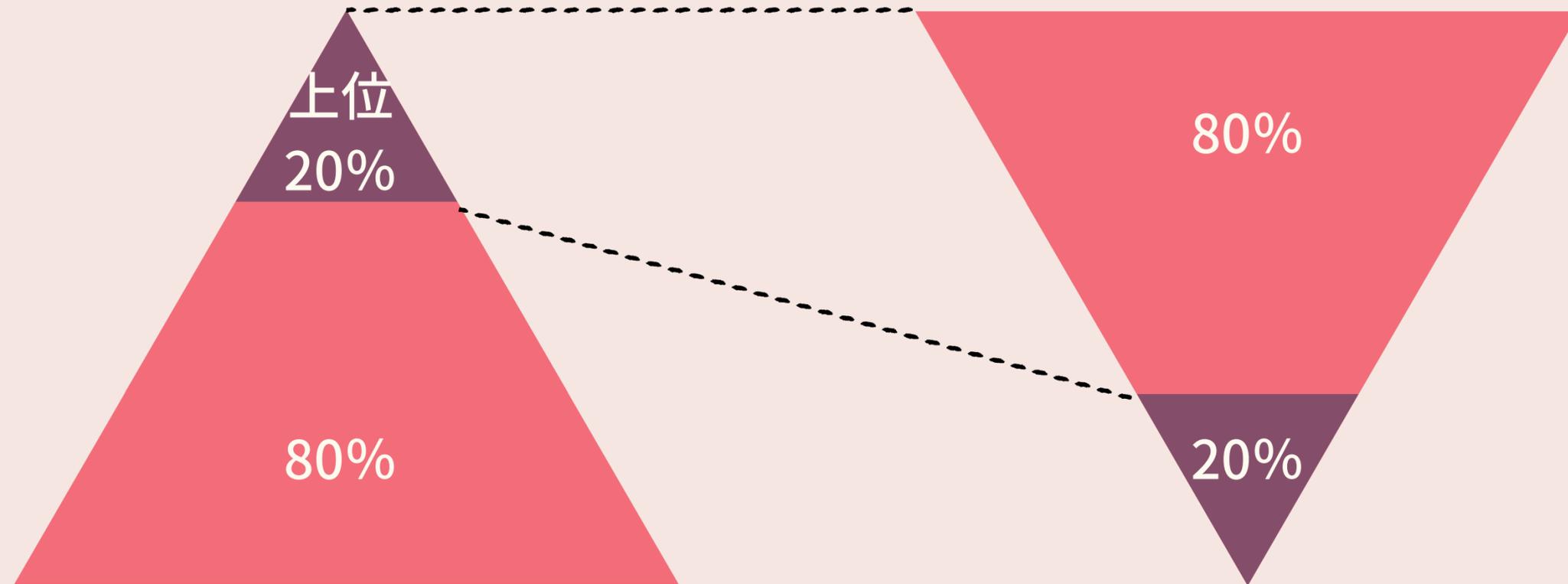
お客さまに「やっぱり〇〇さんは、私の事をよくわかってくれる」と感動して頂き、
「それ、是非お願いします!」と言って頂く為に
「顧客」ではなくあなたの「ファン」をつくることが大切です。



なぜ「ファンづくり」が大切なのか?!



パレートの法則（80：20の法則）



売上の80%は、顧客全体の20%の熱狂的な「ファン」がもたらすという法則があります。

ファンをつくるメリット

お客さまがあなたの「ファン」になり、信頼関係が成り立つ状態が構築されると

リピート促進(スムーズな商品の購入)

集客がラク(新規顧客の紹介)

口コミ(広告宣伝費の経費削減)

単価アップ(価格競争に巻き込まれない)

スタッフ雇用・ビジネスパートナーが見つかる(あなたを好きな人、熱量が高い人)



互いに満足度が高く、幸福度が高い仕事ができる

ファンをつくる ポイント①

「憧れ」

あなた目線でキラキラしたリア充をアピールするのではなく
自分と重ね合わせて、ちょっと先をいっているから憧れる
夢をかわりに叶えてくれるから憧れるなど

どういう人があなたに憧れ応援してくれるのかを
常に問い続けて発信しましょう。

あなたの商品を買うことで
あなたと関わることで

どんな未来があるのか
どんな未来を見せてあげられるのか

あなたの理念やキャラクターに一貫性を持たせることが大事です。



ファンのつくるポイント②

「自己開示」(自分の想いを発信)

容易には克服できない困難な経験や
それを乗り越えてきた経験(孤独、稼げない、病気、弱さ、痛み)

あなたの未熟さや欠点、弱点、劣等感
自身の楽しい経験(学校、仕事、家庭、ペット、子ども)など

あなた考えや想いと共に自己開示をすることで

「自分と同じだ」「この人は私のことを分かってくれる」

お客さまも心を開いて頂けるようになり

そして「この人なら」と言う信頼ベースが生まれ

提案につながる貴重な話をしてもらえる可能性が高まります。

自己開示は、信頼関係を築くための大切なコミュニケーションです。

ファンのつくるポイント③

「共感」

あなたがどんな人間なのか、なぜそう思うのか、
ありのままに言葉にして伝え
お客さまも心を開いてくれるようになると、
安心感・親近感を持つきっかけともなり、
短期間で心を開いてくれやすくなります。

さらに、お互いに共感や応援をする関係になります。



あなたのファンをつくるための3つのポイントは
「憧れ」「自己開示」「共感」

ファンづくりは「最強の生存戦略」

売上を継続して安定させるために
「どうお客様があなたのファンになって応援してくれるのか？」
常に考えてみましょう!!

あなただけのファンをつくるために参考にして頂けたら嬉しいです。