

本当に売れる 商品とは

〈第1の視点〉

顕在的ニーズを理解し、
潜在的ニーズを見出す



商品はなぜ売れるのか？

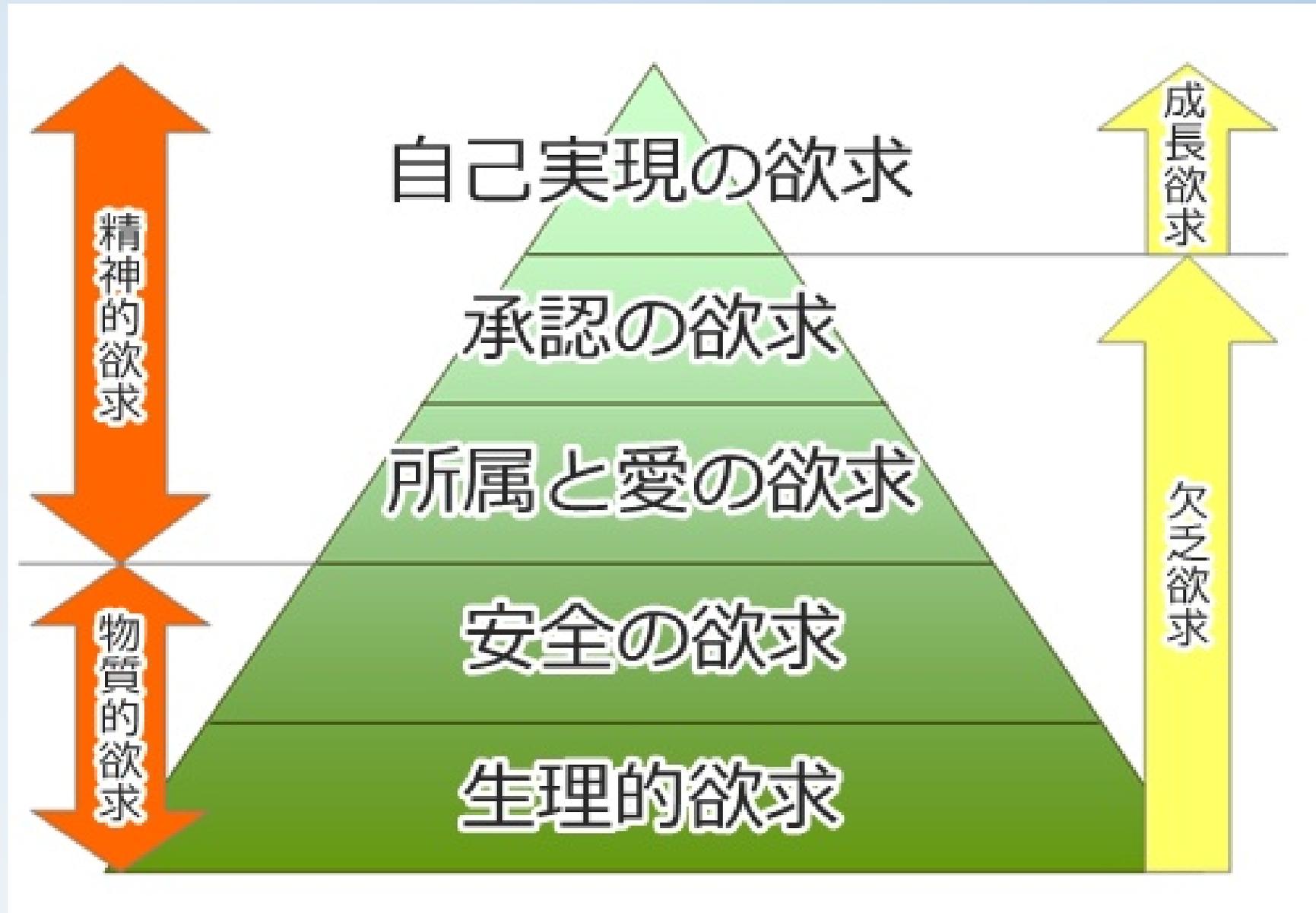
- 欲しいと思う人がいるから

お客様が「**本質的に求めているもの**」を
理解する必要がある

商品を売るための2つの視点

- 顕在的ニーズを理解し、潜在的ニーズを見い出すこと
- ニーズからウォンツへと高めて、本当に欲しいものを提供する
こと

マズローの欲求 5 段階説



商品を売るときのポイント

- 「誰に」、「何を売なのか」は、

お客様の成長段階をしっかりと把握する必要がある

⇒ リサーチが必要

- どの欲求が満たされていないのか？
- どんな問題を解決したいのか？
- お客様はどうなりたいのか？

お客様自身を理解することが非常に重要

商品を売るときのポイント

お客様の潜在的欲求を見い出すことが重要

⇒ お客様が本当に求めているものは何なのか？

「ドリルを買おうとしている人は、

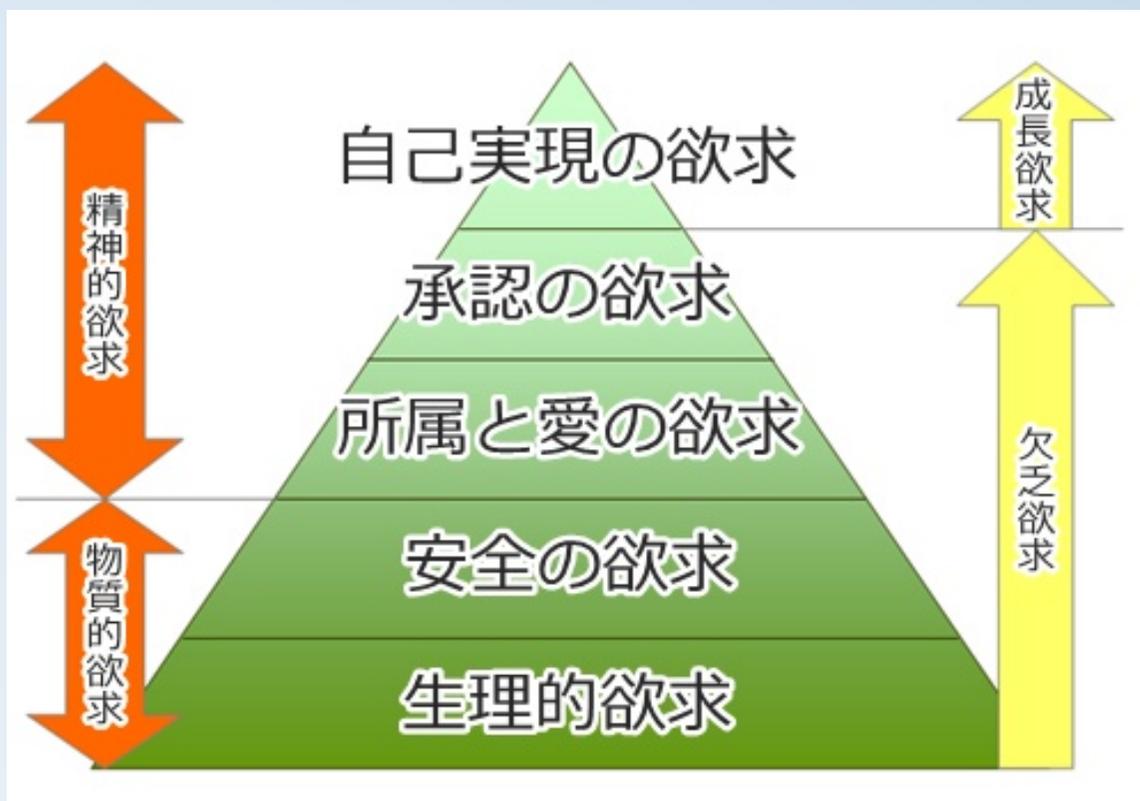
ドリルが欲しいのではなく、穴を開けたいのだ」

(元ハーバード・ビジネススクール名誉教授 セオドア・レビット氏)

お客様が**「本質的に求めているもの」**が何かを

理解することが非常に重要

売れる商品とは？



よりカッコよく見られたい
(潜在的ニーズ)

寒いからジャケットが欲しい
(顕在的ニーズ)

潜在的ニーズを満たす「**付加価値**」により商品が売れる

本当に売れる 商品とは

＜第2の視点＞

ニーズからウォンツへと高め、
本当に欲しいものを提供する



ニーズとウォンツ

- ニーズ・・・お客様が生きていくために必要なもの

例) お腹がすいたから何か食べたいなあ

- ウォンツ・・・必ずしも必要ではないが、あったらいいもの

例) 恋人と素敵な時間が過ごせる高級レストラン

世の中のニーズはすでに満足されている

⇒ **潜在的ニーズ**を見出し、「**付加価値**」を高めて提供する

ビジネスとは？

- ビジネス・・・**価値**を提供すること

価値を提供した対価としてお金をもらう

価値とは何か？

“ウォンツ”

わずか半年で11キロ痩せた
誰でも続けられるダイエットコンサル
パッケージ

商品・サービス



「ある状態」



「ある状態」

困った状態



“理想の状態”

(欲求が満たされていない状態)

潜在的ニーズがある！

例) ダイエットをしたい

⇒ まわりからよく見られたい

ダイエットが長続きしない

まわりからよく見られること

だけど...

本質的には、

ダイエットを長続きさせること

まとめ “本当に売れる商品とは？”

必要なもの（ニーズ）から、本当に欲しいもの（ウォンツ）に価値を高めて提供することが重要

- 商品の「付加価値」の質を向上させること
- 人の「本質的な悩み」を解決するもの
- 理想の状態を実現するウォンツを提供すること

本当に必要としているものを提供していきましょう