本の要約：Jolt!から学ぶマーケティングの基礎

この本は、あなたの商品サービスを少ない費用で広める方法、俗に言うゲリラ・マーケティングの方法を数多く紹介している一冊です。

今回は作者であるジャスティン・ジャクソンさんに本を要約する許可を頂きましたので、私なりに皆様の役に立つであろうマーケティングのチョップス（知識）を幾つかご紹介したいと思います。

**１．まずは客の注意を引け！**

インターネットのおかげで、今や誰しもが、多くの人に商品サービスを宣伝する事が出来るようになりました。

しかし、多くの人がメガホンを手にした事で、お客さんの注意を引く事が難しくなったのも事実。お客さんは四方八方から、「この商品は素晴らしいぞ！うちのサービスを買ってくれ！」と叫ばれるが、どのマーケティングメッセージも似たような物ばかりで、ウンザリ。

さて、廊下にたくさんの似たような黒いドアがあると想像して見て下さい。

一つのドアを開けた先にはあなたの商品サービス。しかし、お客さんはそれを知らない。

だからこそ、あなたがやらければならないのは、たくさんのドアの中から、お客さんがあなたの商品サービスの入ったドアを開けてもらえるように工夫（マーケティング）をする事。

例えば、ドアを赤く塗ってみたり、「このドアを開けた先には、あなたの問題を解決する商品サービスがありますよ！」と言う貼り紙を貼ってみたり。

マーケティングで大事なのは、まず客の注意を引く事。何故なら、あなたの商品サービスの存在を知らなければ、お客さんはそれに出会う事も無い。

「どうしたら、お客さんの注意を引けるかな？」と考えて、マーケティングを行うと、お客さんがあなたの商品サービスと言うお宝が眠るドアのドアノブに手をかけてもらえる確率が上がってくるでしょう！

マーケティング基礎,マーケティング講座,マーケティング　戦略,マーケティングプラン,マーケティングとは,マーケティング　講義

**２．客の感情に訴えかけろ！**

さて、この動画シリーズのパート１で「客の注意を引け！」と言いましたが、どうやってお客さんの注意を引くのか？

感情に訴えかけるのです。

人間と言う生き物は全ての判断決断を感情で行い、後々、論理と理性で「自分は正しかった」と自分自身を説得する。

そして、様々な感情の中でも、

・欲

・痛み

・喜び

と言う感情に訴えかけるのが効果的と、この本の著者は述べております。

あなたの商品サービスが眠る部屋のドアをお客さんに開けてもらうには、感情に訴えかける事。そして、その部屋に長居さえるためには、その商品サービスがしっかりとお客さんの問題を解決をしたり、喜びを与えなければならないのです。

幾らマーケティングが良くても、商品サービスが使い物にならないのら、売れない。上手くお客さんをマーケティングで騙して、ゴミのような商品サービスを買わせても、怒りと言う感情に支配されたお客さんにより、口コミで悪評は広がって、売れなくなるだけではなくて、多くの信用を失う事になる。

商品サービスありきのマーケティングであると言う事を理解し、商品サービスを作る段階から「人々はどんな痛みを抱えているのか？どんな欲を持っているのか？」と考えて商品サービスを開発すれば、マーケティングも効果的に行えるようになるでしょう。

例えば、Appleのパソコンやスタバのコーヒー、ブランド物の服などは、人間が持つ「周りに見せびらかしたい」と言う欲を満たす商品サービスとなっているわけです。

効果的なマーケティングを行うためには、感情を司る脳の学問である脳科学的な事も勉強すると、より一層、お客さんの感情に訴えかける事が出来るようになるでしょう。