

ブラックな心理術
～売れる確信に迫る～

非道徳的な話をします。

今回、紹介する心理技術を真似して使うだけで**思いのままに人を動かすことができます。**

コンテンツビジネスは『ビジネス』であるため**ヒト対ヒト**、つまり必ず誰かしらヒトが関わってます。

だからこそ、**人の心理を操る技術を習得するだけであなたはファンも作れるし、商品へ誘導することができます。**

それぐらい強力だからこそ、**悪用は絶対にしないでください。**

アンダードッグ効果

ウィンザー効果

カクテルパーティー効果

カリギュラ効果

権威性の原理

コントラスト効果

ザイオンス効果

スノッブ効果

ツァイガルニック効果

ハロー効果

バーナム効果

バンドワゴン効果

返報性の原理

メラビアンの法則

両面提示の法則

類似性の法則

アンダードッグ効果

劣勢or不利な人を応援したくなる心理

SNSを使っていると思いますが、綺麗に見せる人が多い。けども、あえて弱いところを出すことで応援される状況になる。また、強者ではないゼロや1からの成長過程を見せることで応援されやすくなる。逆境でも一生懸命にやっている姿が大事ですね。ミスや何か不利なことがあっても曝け出すこと。スポーツで負けているチームを応援したくなるのと同じです。

ウィンザー効果

自分ではなく第三者が発信する情報のほうが信頼されやすい心理効果

自分の口で「自分のサービスは最高です」というよりも、第三者から「このサービスは最高です」と言われた方が信頼されます。そのために、お客さんに提供した無料or有料の商品・サービスの声を貰いましょう。あるいは実績者から貰うのもあります。複数の声を貰えばそれだけで信頼につながり商品が売れやすくなります。Amazonや食べログのレビューを見て選ぶ時この効果が働いています。

カクテルパーティー効果

必要としている情報が自然と情報として入ってくる現象

カクテルパーティーのような騒がしい場所であっても自分の名前や興味関心がある話題は自然と耳に入ってくることから由来します。つまり、人は自分の興味ある分野しか情報を入れられないということです。いらぬ情報をシャットダウンします。これを活用するなら、プロフィールにターゲットが刺さる言葉を入れたり、投稿では「みんな」ではなく「あなた」を使います。

カリギュラ効果

禁止されるほどやってみたくなる心理

人は不思議なもので『禁止される』とやってみたいという衝動に駆られるようです。学校のルールを破るとか、なぜか社会性に反しているんだけど魅力的ですよ。太古から禁止は人を魅了するようです。この心理は情報発信でも使えて、例えば「月100万を達成したい人以外は受け取れません」「コンテンツビジネスで成功したい人以外見ないで下さい」など引き付ける時に使えます。

権威性の原理

地位や肩書きがある人を信用する心理

とにかく人は地位や肩書きに影響を受けます。白衣を着た人から「あなたは高血圧ですね。この薬を飲んでください。」と言われたら信じてその薬を飲むと思います。もし仮に本物の医者じゃなかったとしてもです。ブラックジャックとかはまさにそう。資格持っていないです。（ただ、技術はあるけどこの話は一旦置いておく）なので、資格・受賞・掲載・フォロワー数・量・時間・数字を提示。

コントラスト効果

対比によって印象が変化する心理効果

例えば、洋服のセールなど分かりやすい。100万のブランド服が、中古ブランド質屋で50万だったらどうでしょうか？お得感を感じます。また、不動産の家めぐりでまず当て物件と行って最初に見せる家はあまり魅力的じゃない家だったりします。このように対比させる情報を相手に与えることで印象を操作することが可能です。

ザイオンス効果

繰り返し接すると好感度が上がる効果

この効果を操れば好感度を上げて親近感を持ってもらえます。比較的、誰でも実践に移しやすい心理効果です。例えば、『SNSの投稿頻度を上げる』『自分から積極的にコメントしてみてもらおう流れを作る』『いいねを押す』『コメントには必ず返信する』など、繰り返しあなた自身が見てもらえるようなアクションをします。他にも工夫してみるといろんな行動が取れそうですね。

スノッブ効果

多くの人々が持っているものに対し「同じものは嫌だ」と働く心理

誰からでも購入できる商品よりも、あなただけから購入できる商品が最高の商品です。マーケティング的にもだし、心理効果的にも『あなただから』が大事。限定的な販売を行うと、この心理効果はUPします。例えば、期間限定・数量限定・完全個別型・独自性・稀少性などを相手に提示することができれば問題ありません。

ツァイガルニック効果

終了したことよりも途中の挫折や途中で中断したことの方が記憶に残る効果

人は完璧にやりきりたい、終了させたいという感覚を常に持っています。そのため、途中で何か終わってしまったことは印象に残ります。そして、終わらせたい、完了させたいとなる。例えばですが、無料コンテンツを意図的に途中で終わらせることや、続きが気になるようなフレーズを使うことでこの心理効果を使いこなすことができます。

ハロー効果

ある対象を評価する時に目立つ特徴に
ひきづられて評価する効果

目立って優れたところがあれば、人はその対象を優れていると判断します。また、目立って劣っているところがあるのなら、人はその対象を劣っていると判断します。なので、評価を意識的にコントロールすることができます。特に良い評価を受け取りたい場合は、目立って良い点を前面に出す努力は必須。そこだけを集中的に出せば、その人を良いと思います。

バーナム効果

誰にでも該当する曖昧な表現なのに自分を言い当てられてると感じる心理

よく占い師が使う心理効果です。極端な話、みんなが思っているようなことを伝えても、自信を持って伝えればあなたの全てをわかっている感が出ます。しかも、めちゃめちゃ共感しやすい。そのため、検索エンジンを使って多くの人が考えていることや、商品のレビュー欄、SNSでのコメントを見てみると僕たちはバーナム効果を使いこなせます。

バンドワゴン効果

多くの人々が支持している物事に対して
よりいっそう支持をしたくなる心理

人は多くの人々が支持しているものを見ると、自然と「良いものなのかな？」と行ってしまいます。そのため、多くの人に支持されている感を提示することが大事。「すでに〇〇だけ視聴されています」「1000フォロワーいきました」「アンケート回答をたくさんもらっています」など情報発信のいたるところで使用しましょう。

返報性の原理

人から何かを貰うと返したくなる心理

有料級の情報を常に与える。有料級のプレゼントを渡す。行動は先にする。人間関係もそうだし、ビジネスはギブ&ギブです。テイカーだとマジで商売は厳しいですからね。ただし、与えようとした時に全部吸い取ってくるテイカーはいます。無料で姑息に全部受け取るうとする奴です。そういう人は自覚がないので気にしないのが大事。あまりにもクレクレくんなら排除するのもあり。

メラビアンの法則

コミュニケーションで中、言語情報
7%、聴覚情報38%、視覚情報55%で影響

視覚情報が最も影響を及ぼすので、SNSのアイコンや投稿のデザインなどを素人感が出ないように工夫しましょう。また、クライアントさんと話すときも第一印象や雰囲気、動きなどが大事なので印象良く持たれるような状態になっておくのが大切です。

両面提示の法則

メリットだけでなくデメリットも伝えると信頼度が上がる心理法則

経験のある人がいるかもしれませんが、家電量販店でパソコンを買う時に良い点だけしか言わない店員。保険に入る時にメリットしか言わない保険販売員。もしかしたらこんな人たちに遭遇した経験があるかもしれません。彼らがデメリットも伝えてたら信頼度が不思議と上がります。伝えるポイントは『デメリット』を伝えてから『メリット』を伝える、です。

類似性の法則

自分と共通点のある人に親近感を抱く

普段の人間関係コミュニケーションでもまさに共通点のある人とは親近感が湧いて会話が盛り上がりますよね。情報発信でも自己開示を積極的にする、共通の敵を作って共感を狙うなどをすると、この法則が使いこなせます。共通の敵というのは、うまくいかないフラストレーションをきちんと言葉にして伝えてあげること。これ試験に出ます。

ビジネスで上手くいっている人がさりげなく使っている非道徳的な心理効果を話してきました。

人の心理は何千年前から**全く変わっていません**。

そのため、心理効果といった普遍的なものを完璧に使いこなすことができればSNSが凍結されようが、ビジネスモデルが変わろうが活躍できます。

ぜひあなたの情報発信、ビジネス全てに使ってみてください。