

反応率を上げるための大事なポイント！ ISOコンサルティング集客の基礎知識

コンサルティング契約を費用対効果よく受注するためには、「ISOコンサルティング」という商品の性質をよく理解し反応の高い広告・DMを打たねばならない。

広告・DMの反応を高め、ISOを検討している会社を他社に先駆けて見つけ出して、他社が気付かないうちに受注を温めていくことが受注自動化の大事なポイントだ。

そのためにまず、そもそも「ISOコンサルティング」とはどのような種類の商品かを考えてみたい。ご承知のように、世の中の全ての商品は、ニーズ商品とウォンツ商品に大別される。そして、ニーズ商品か、それともウォンツ商品なのかで広告・DMの効果的な表現方法が変わってくる。さて、考えてみて欲しい。

ISOコンサルティングはニーズ商品だろうか？それともウォンツ商品だろうか？

答えを言おう。ISOコンサルティングは“ニーズ商品”である。

ニーズ商品とは、どのような商品か。それは、ある痛み・苦痛から開放されるために購入される商品である。

このニーズ商品を買う顧客の心理には、ある特徴がある。それは、出来るだけ安く買いたいという心理だ。これに対して、ウォンツ商品は高くても売れる。

具体例を出して説明しよう。例えば、交通インフラの整っていない地方都市は、クルマ社会であることが多い。こうした地方では、クルマそのものはニーズ商品である。

しかし、これがベンツとなると話が変わってくる。ベンツはウォンツ商品だ。

クルマが必要だからと言って、ベンツに乗る必要（ニーズ）はない。女の子にもてたいという欲求だったり、地位をほのめかしたいという欲求だったり、ウォンツによって購入される商品だ。さて、ニーズ商品とウォンツ商品にはこのような違いがある。

そして、我々の扱っている「ISOコンサル」は、他のニーズ商品と同じように、値引き要求されやすいという性質を持っている。しかし、一方私達コンサルからしてみれば、他社との値引き競争に巻き込まれ、本来の適正な料金が値崩れしてはかなわない。

そこで、まずはISO＝ニーズ商品ということをよく理解し、購買までのお客の心理ステップを逆算して広告やDMのキャッチコピー（見出し）やボディコピー（本文）を作らなければならない。お客の反応は、どんなメッセージを投げかけるかによってまるで変わってくる。

是非、DM・広告を作る際には、このことを理解し、確実にお客を獲得していただきたい。