

セッション 2. 感情を動かす5つのパーツ

2-3. 「ベネフィット」のパーツ

「CBカレッジ」です。

マーケティングやコピーライティングを勉強している方なら……

「ベネフィット」という言葉を聞いたことがあるかもしれません。

簡単に言うと、そのノウハウを知ることで……

- ・何が得られるのか

- ・どんな得があるのか
ということです。

ノウハウを聞いて実際に行動を起こしてもらうためには、ベネフィットがあると感じてもらする必要があります。

ですので、公開するノウハウにどのようなベネフィットがあるのかを言葉で表現することはとても重要です。

ところで……

似たような言葉に「メリット」があります。

「ベネフィット」と「メリット」は、いったいどこが違うのでしょうか？

iPhone を例に考えてみましょう……

2014 年の 9 月に発売された「iPhone 6 Plus」は 5.5 インチの大きなディスプレイを搭載しています。

この「ディスプレイが大きい」というのはただの特徴ですが……

少し表現を変えると、メリットになります。

例えば……

- 1：画面にたくさんの情報を表示できる
 - 2：写真を綺麗に表示できる
- などがメリットです。
そして、ここからが大事なのですが……

さらに、メリットを使う人の視点に表現を変えると、ベネフィットになります。

例えば……

- 1：メールアプリを起動すると、以前の iPhone よりも多くの新着メールが表示できて、文字の入力もしやすくなっているので、大量のメールを処理してもほとんどストレスを感じることはありません
- 2：旅先で撮影した写真を、精細感たっぷりの画面で表示できるので、いつでもどこでも旅行の楽しかった思い出にひたることができます

などがベネフィットです。

「ベネフィット」と「メリット」の違いが何となく分かりましたか？

ベネフィットは、その人にどんな得があるのかを具体的に書いています。

メリットは「これを使うと〇〇〇ができる」
などと主語がノウハウや物なのに対して……

ベネフィットは「あなたが〇〇〇できる」などと主語が「あなた」になります。

実施に行動に移してもらうために、魅力的なベネフィットを伝えましょう。

ですが、1つだけご注意ください。

どんなに工夫して、魅力的なベネフィットを書き出しても……

それが見込み客にとって刺さる内容でないと意味がありません。

では、どうやってベネフィットを探せばいいのでしょうか？

マーケティングの世界では、人が商品を買う理由は、究極的に2つしかないと言われています。

1つは、快樂を得るため。
もう1つは、苦痛から逃れるため。

もちろん、快樂や苦痛と言ってもたくさんの種類がありますが、必ずこのどちらかに分類できます。
ですから、ベネフィットについて考えるときも……

「快樂を得るベネフィット」なのか、「苦痛から逃れるベネフィット」なのかを、意識しながら書くようにしましょう。

「ベネフィット」を見つけ出す質問

質問1

あなたのノウハウにはどんなメリットがありますか？思いつく限り書き出してみてください。

質問2

質問1で書き出したメリットは、それを使う人にとってどんな得がありますか？「快樂を得る」と「苦痛を避ける」の2つの視点で、ベネフィットとして言葉で表現してみてください。

続いてはこちらのセッションにお進みください。

2-4. 「実証」のパーツ