

セッション 5. セールスに繋げる 4つのパーツ

5-4. 「限定性」のパーツ

「CBカレッジ」です。

最後に紹介するのが、「限定性」のパーツです。

私たち人間はどうしても、「今しか買えない」という状況には弱いものです。

ですので、しっかりと限定性を伝えることで、その商品の販売開始してすぐに申し込んでもらいましょう。

オファーを聞いた段階で、見込み客が「欲しい」と感じていても、それがいつでも買えるのなら「今はいいかな」と先送りしてしまいます。

先送りを防ぐために、必ず限定性の要素をつけましょう。

最も強力な限定性は、先程も言いましたが「今しか買えない」という状況です。

販売期間を、ビデオプロモーションが終わってから数日間から数週間ほどに決めてしまい、それ以降は販売するつもりがないということを伝えます。

そうすることで、その期間内での行動を促すことができるのです。

ですが、現実的には販売期間を限定できないこともあると思います。

その場合は、次のような限定性を追加してみてください。

- ・ 期間終了後の値上げを予告
- ・ 期間終了後に特典を削除
- ・ 毎月の生産数を限定

「限定性」を見つけ出す質問

あなたの商品には、販売期間などの限定性がありますか？ もしなければ、期間終了後の値上げを予告や特典を削除など、限定性を追加してみてください。

続いてはこちらのセッションにお進みください。

6-1. 短時間で効率よくビデオを作る方法

CBカレッジ