



# 自動で売れ続ける WEBの仕組み構築の手引き

【Step① 見込み客と出会い、徹底的にリサーチする】



Step① 「見込み客と出会い、徹底的にリサーチする」

【その⑦】

対話を重ね見込み客を深く知ること  
新たなビジネスニーズが引き出せる



## 見込み客を深く知るための視点は多ければ多いほどいい

### ★リサーチ項目の例

- ・ 見込み客が夜も眠れないほどの悩みとは何か？
- ・ 見込み客がノドから手が出るほど求めている“強い欲求”とは何か？
- ・ 見込み客の頭の中で繰り広げられている会話とは何か？
- ・ 見込み客は今まで問題を解決するためにどんな努力をしてきたか？
- ・ 見込み客がこれまでに失敗してきたこと、挫折してきた経験は何か？



## 見込み客を深く知るための視点は多ければ多いほどいい

### ★リサーチ項目の例

- ・ 見込み客が心に抱えている幻想、誤解、弱さとは何か？
- ・ 見込み客が強い関心や興味を持つ話題やテーマ、キーワードは何か？
- ・ 見込み客とあなたの共通点と相違点、共感を得られるポイントは？
- ・ 見込み客は普段どのようにして時間を過ごし、何を見たり、どこに行ったりしているのか？



## 見込み客を深く知るための視点は多ければ多いほどいい

対話によるリサーチには、  
事前に予想すらできない収穫が常にある。

事前には予想だにしなかった情報、  
想像と期待を超える収穫があるところに、  
対話によるリサーチの醍醐味がある。



見込み客を深く知るための視点は多ければ多いほどいい

対話を重ねることで

「お客さん自身が気付いていないニーズ」

を掘り起こせる場合もある！



「選んだのは自分自身」  
決意をしたなら覚悟をもって！