



Step② 差し出すだけで  
「それ、欲しい！」  
と言ってもらえる商品を設計する

【その④】  
バックエンド商品設計(3)  
見込み客の主観のみに囚われてはいけない



## 改めて見込み客の「受難のストーリー」に目を向ける

### 受難のストーリー

「見込み客が問題を解決したいと思いつつも、なかなか解決に至らず悩んだり、不安に思ったり、苦しんだりしたストーリー」のこと。



「見込み客の主観」もさることながら「事実」をしっかりと押さえる



## 「裏のウォンツ」にも目を向ける

見込み客は表のニーズは言葉にしてこちらに伝えてくるが、裏のウォンツを言葉にしてくれることはほとんどない。



**「裏のウォンツ」を探り当てるには？**

**見込み客の「言葉」よりも「行動」にフォーカスして観察する。**





## 【補足】

お客さん自身が必要性に気付いていないという場合もある。



こちらから最適な場に露出することで認識してもらうのもひとつの方法。



「選んだのは自分自身」  
決意をしたなら覚悟をもって！