

**ユーザーは
商品スペックに興味なし！
ブログのメリットが
現代に生きる！**

【近年のユーザーの求める情報の傾向】

「本当に自分の悩み解決につながるのか？」

「如何に自分の生活を豊かにしてくれるのか？」

といった **ニーズ** につながる情報

【近年のユーザーの求める情報の傾向】

「こんなことができるなんて知らなかった！
自分も欲しい！」

といった **ウォンツ** につながる情報

**ユーザーが検索し求めている内容が
従来の辞書や電話帳のような
「単なる情報」から**

**自分の生活をより良くする方法につながる情報
へとシフトしてきている**

**単なる情報サイトは、
ユーザーの求める情報では
なくなってきている**

ユーザーが購買行動を起こすのは

- 自分の欲求を満たせるのか？
- 自分の悩みや問題を解消してくれるのか？
- それを手にするると自分の未来はどう変わるのか？

が伝わりはっきりとイメージできた時

ブログは付加価値の高いツール！

スペック情報以外にも…

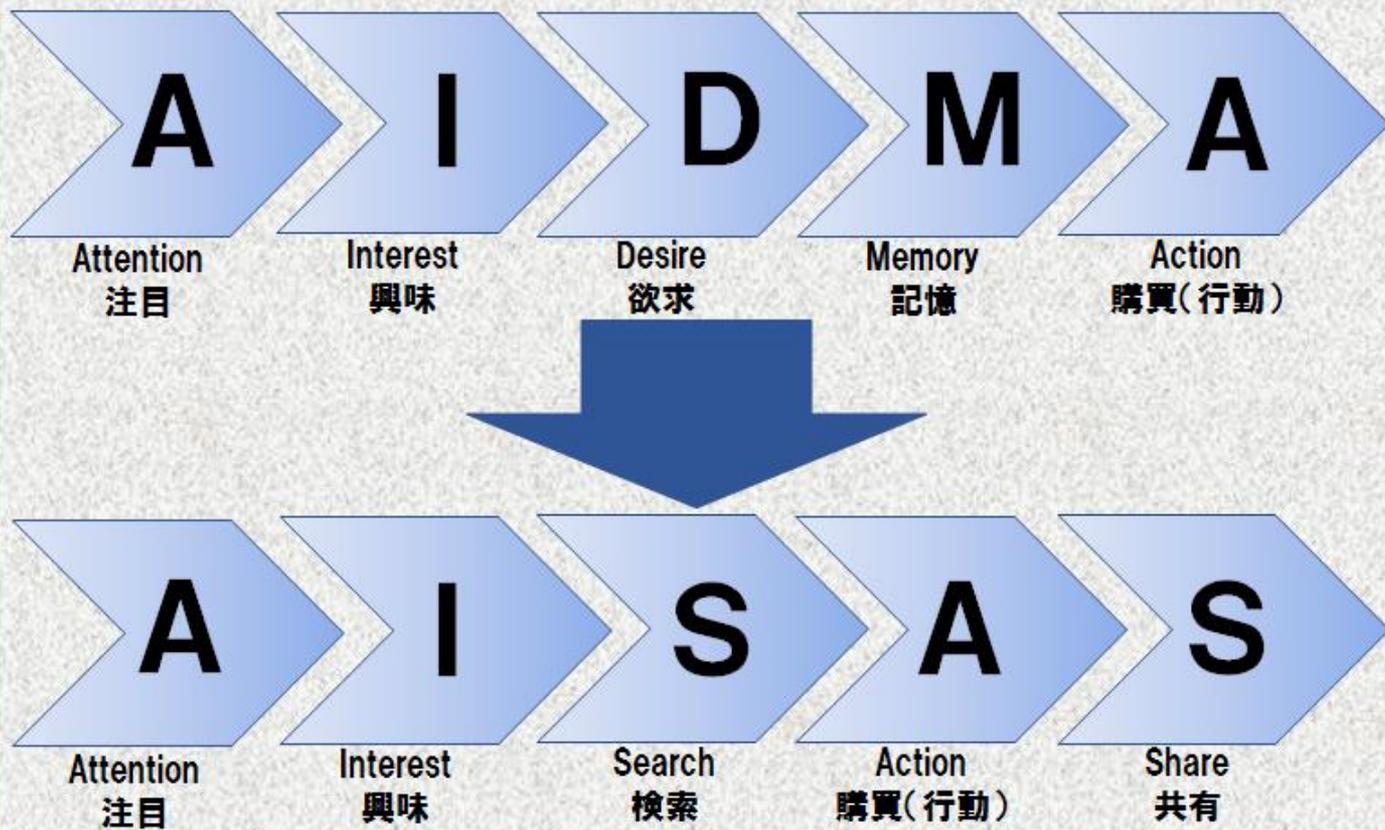
- 他商品との比較ができ
- 使用感の個人目線でのレビューができ
- 発信者に与えた影響をリアルに伝えられる

**一般ユーザーが求める情報が
ブログにも多く含まれていることから
「これは有益な情報だ！」
と検索エンジンに判断されたものが
検索結果として表示されるようになった**

ブログの最大の特徴

ユーザーの欲しい情報を
「同じユーザー目線」
で発信でき、受け取れる

インターネットの登場によるユーザーの行動の変化 AIDMA(アイドマ)⇒AISAS(アイサス)



インターネットのユーザーの行動モデル AISCEAS(アイセアス)

A

Attention
注目

I

Interest
興味

S

Search
検索

C

Comparison
比較

E

Examination
検討

A

Action
購買(行動)

S

Share
共有

今回のまとめと次回予告

**「選んだのは自分自身」
決意をしたなら覚悟をもって！**