



**悪用厳禁！！**

**マーケティング心理学**

**脳バグ**

**19**

**選**

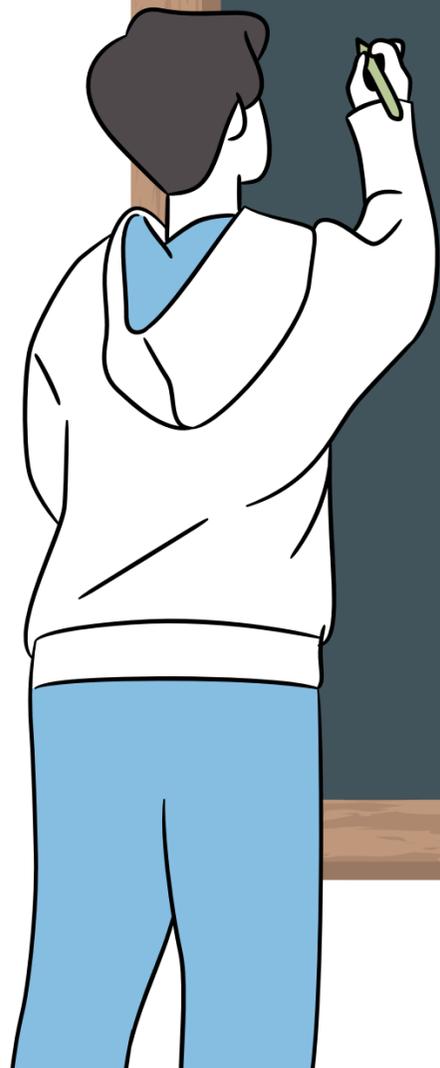


マインドで使える

心理学

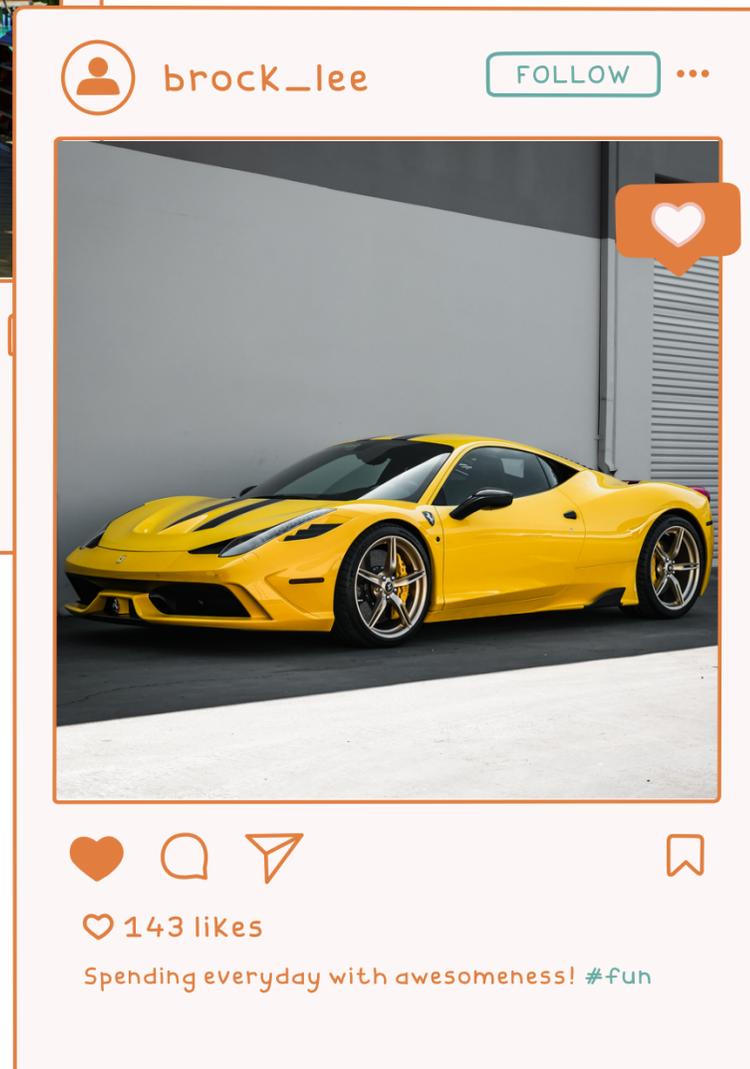
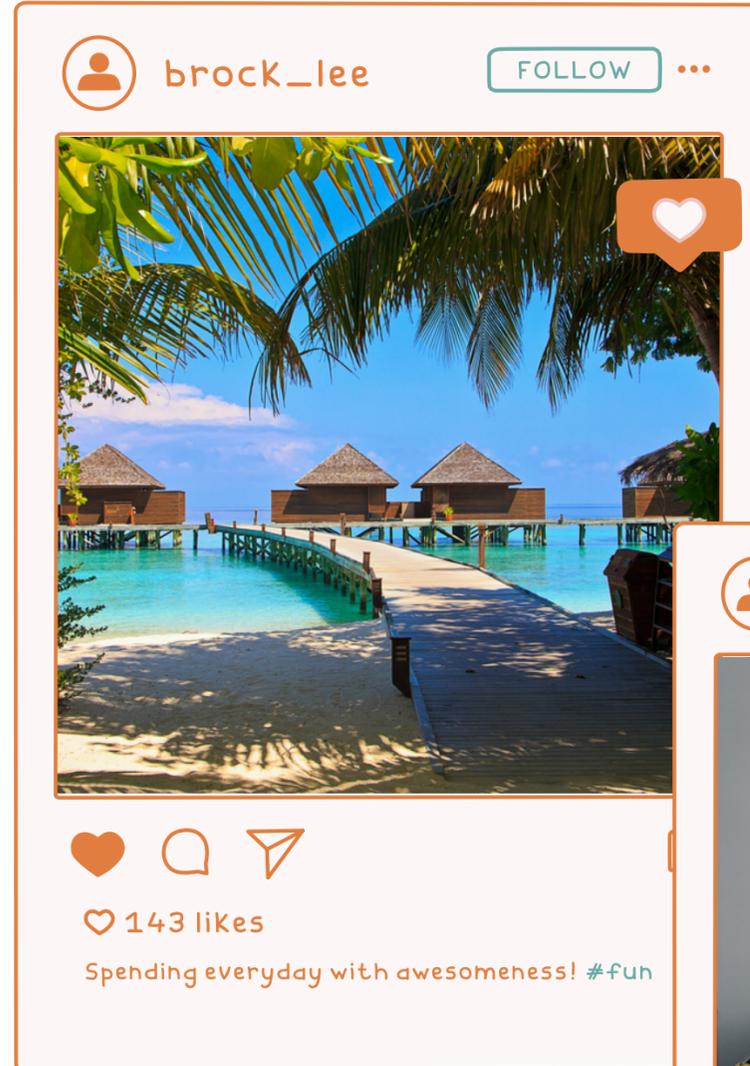
# 🧠 ハロー効果 🧠

人やものを評価するときに  
目立ちやすい特徴に引きずられて  
他の特徴についての評価も  
良くなる（悪くなる）現象



# ハロー効果

ポジティブな印象はポジティブに引きずられて捉えられる  
ネガティブな印象はネガティブに引きずられて捉えられる

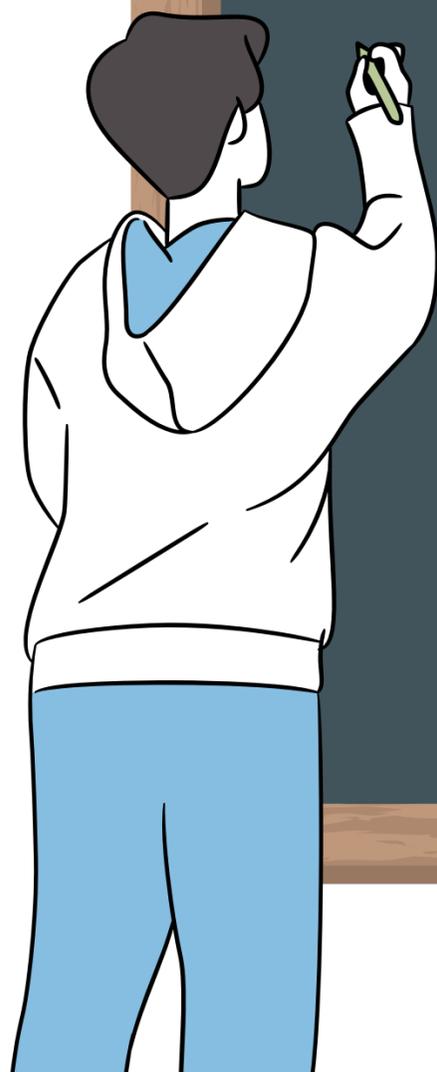




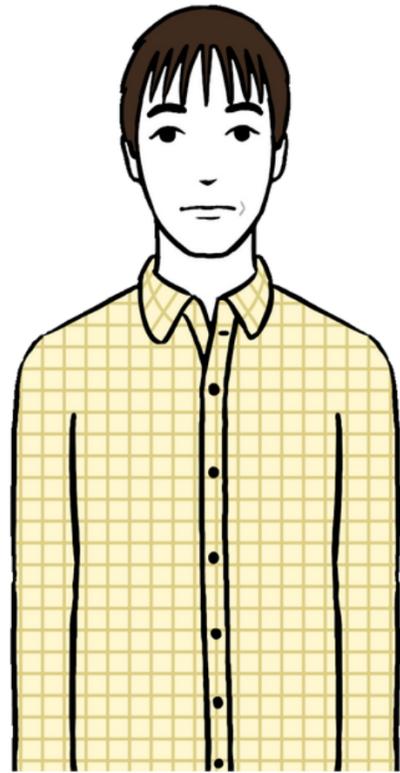
# 初頭効果



最初に示された情報が  
もっとも記憶や印象に定着



# 初頭効果



今日会った人  
パツとしなかったなあ  
  
髪も服もダサかった…



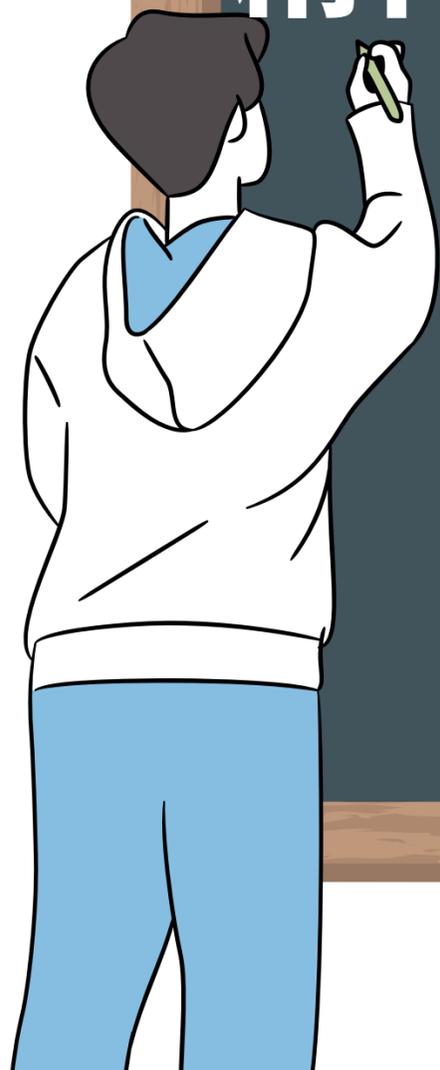
今日会った人  
カッコよかったなあ～  
  
また会いたいなあ…



# プラシーボ効果



信じ込み、思い込みで  
精神的・身体的に効果が見られる現象



# プラシーボ効果

あなたは  
『成功できます！』

思い込み・信じ込む

効果が見られる

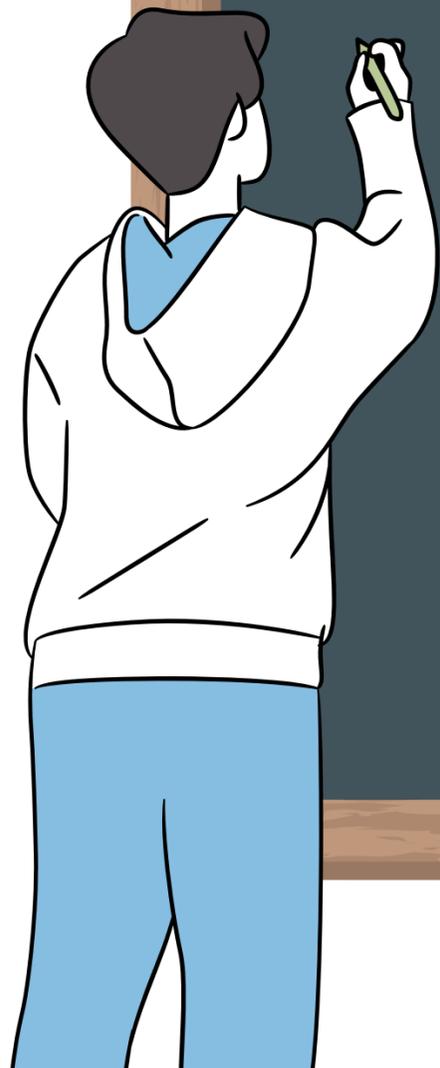




# アフアメーション



ポジティブな宣言をすることにより  
自分自身を潜在意識から変える



## 自分に宣言

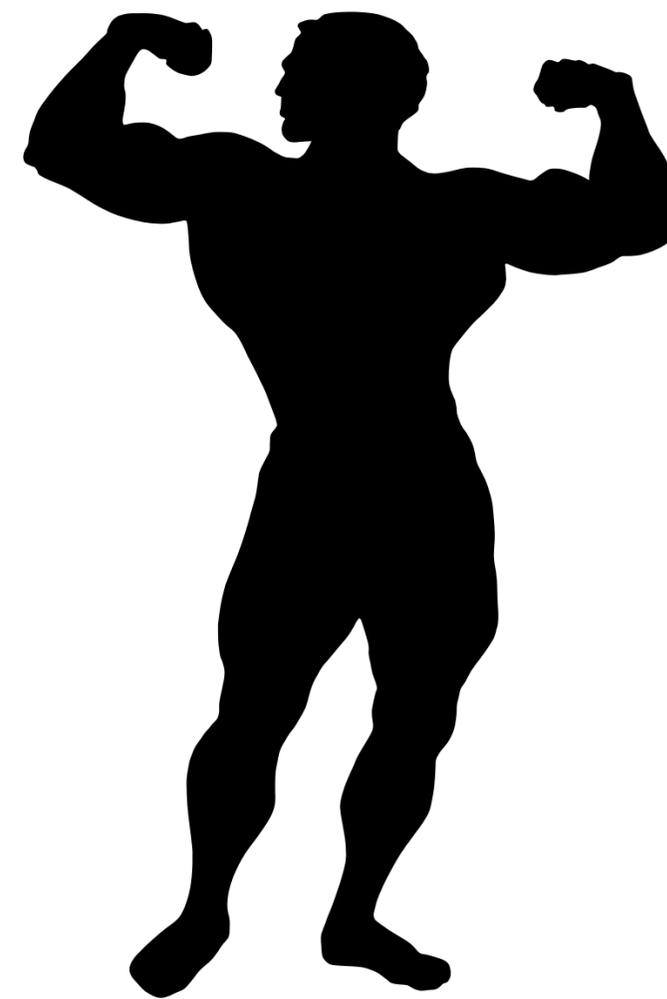
〇〇できている！  
〇〇できる！



## 潜在意識が変わる



## 結果まで 行動できる

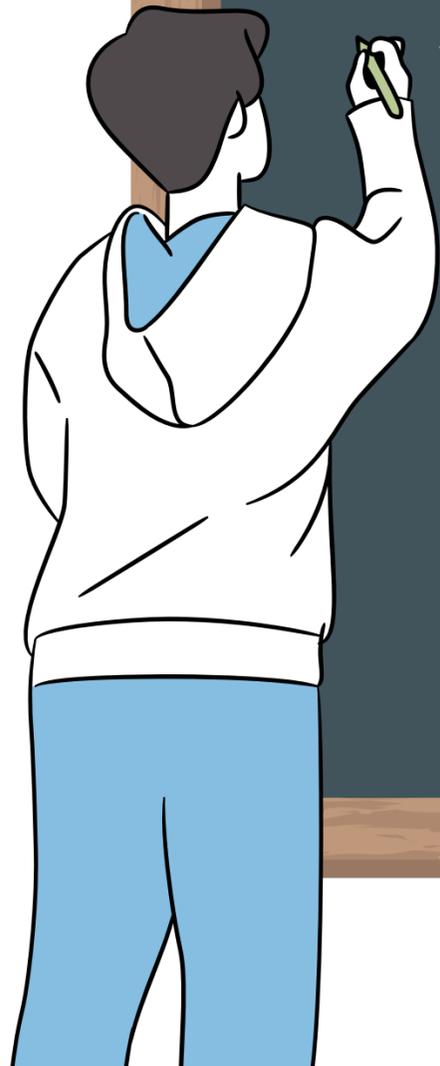




# 認知的不協和

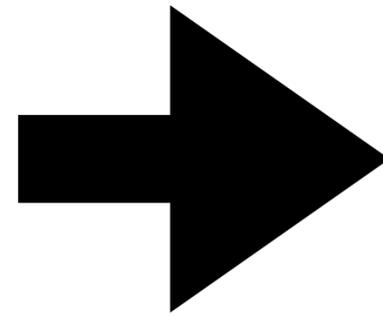


人は何かしらの矛盾を感じたときに  
不快感を覚えそれを何とかして  
解決しようとする

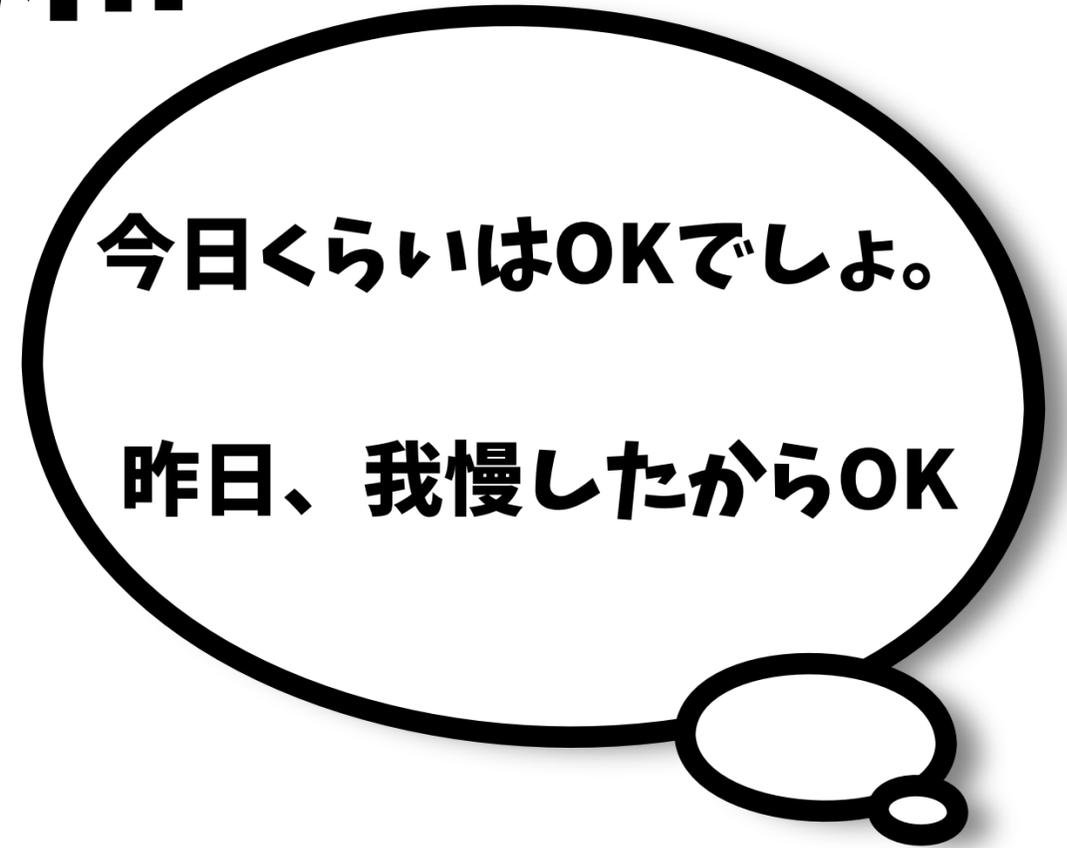


# 認知的不協和

太るとわかっているのに  
ついつい食べてしまう...



不快感を理由をつけて  
解決してしまう





集客で“使える”

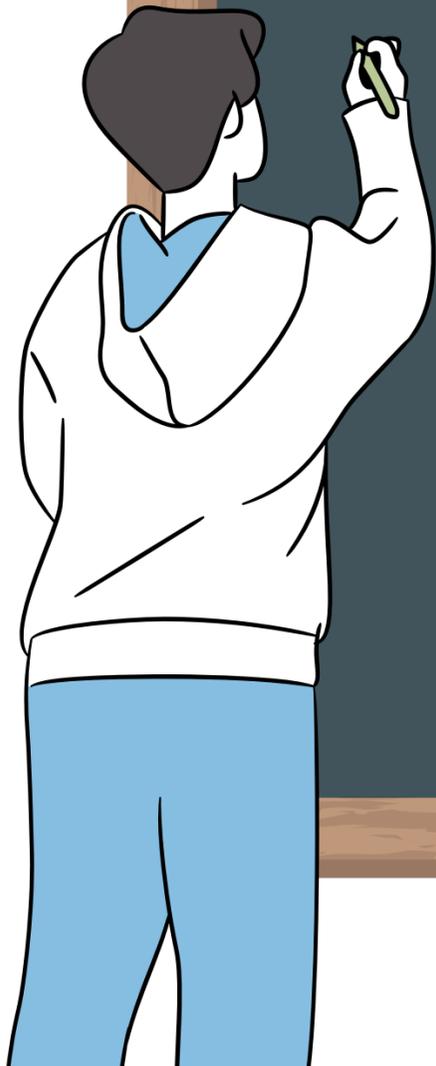
心理学



# カリギュラ効果



ダメと言われるとがえって  
興味を掻きたてられ逆の行動に走る  
心理効果



# カリギユウ効果

「鶴の恩返し」

絶対  
覗かないでね！

めっちゃ中見たい…  
何してるんじゃない？  
ちょっとだけなら…

「浦島たろう」

開けるなって  
言われたけど  
開けちゃお！！

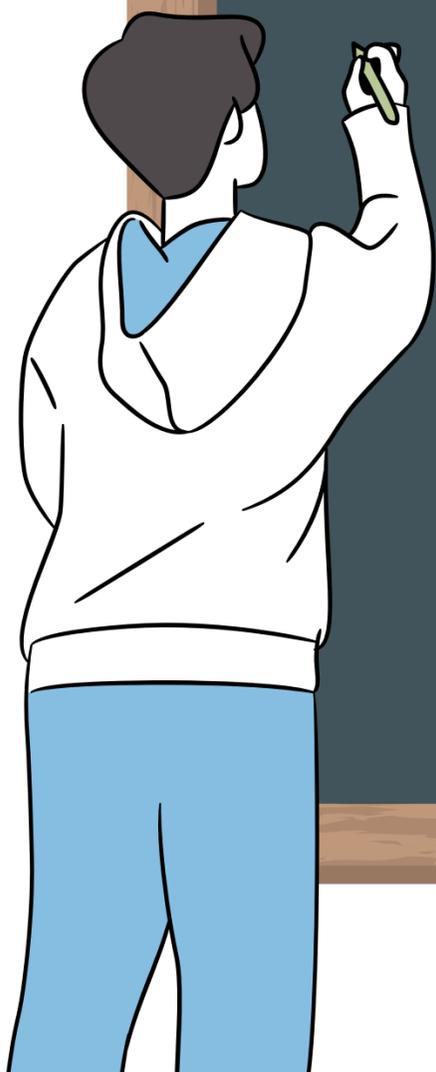




# ウィンザー効果

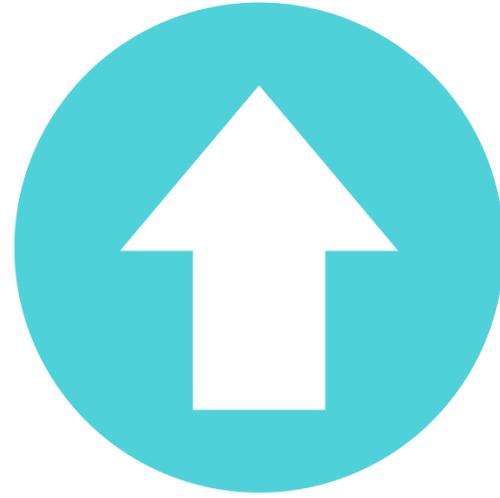


第三者を介した口コミや情報の方が  
信頼性が増す心理効果



# ウインザー効果

この商品  
口コミ評価高い!



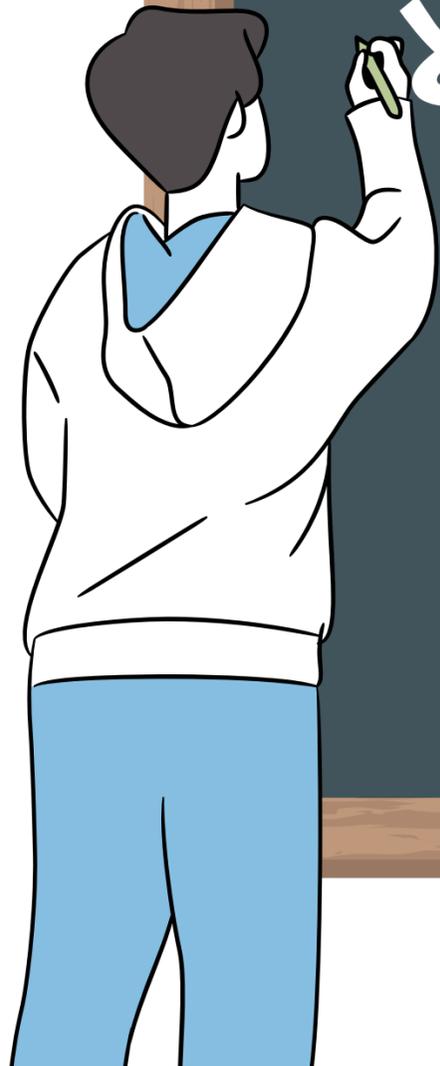
信頼性UP



# 返報性の原理



人から何かしらの施しを受けたとき  
「お返しをしなくては申し訳ない」  
というような気持ちになるという心理



# 返報性の原理

バレンタインでチョコ  
もらったから



ホワイトデーで  
お返ししなくちゃ

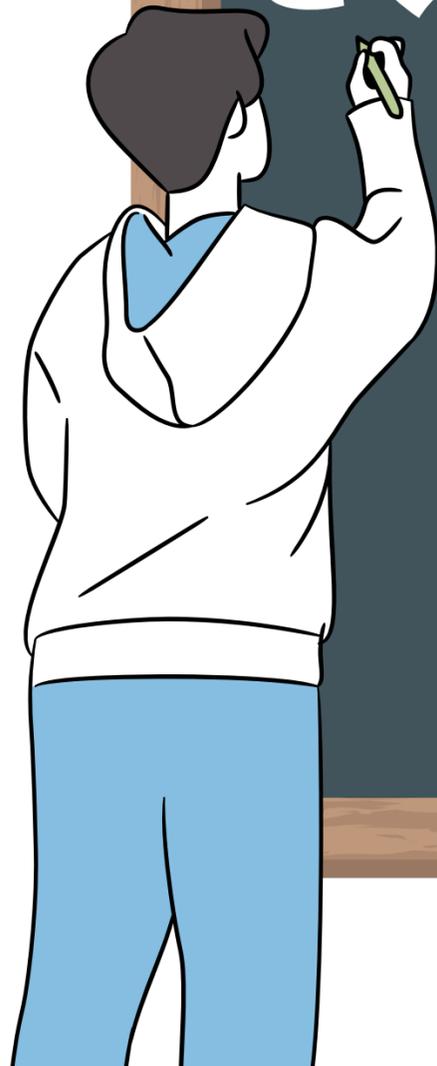




# 権威性の法則



専門家や社会的に立場が上  
とされる人の言動に従おうとする心理



# 権威性の法則



アメリカカリフォルニア大学  
医師研究科所長  
〇〇・ダニエル所長

アメリカカリフォルニア大学  
医師研究科所長監修

XXXXスーパーサプリメント

- 医師が監修してるなら安心！
- なんだか凄そう！
- アメリカってサプリが当たり前だから信用できるね！

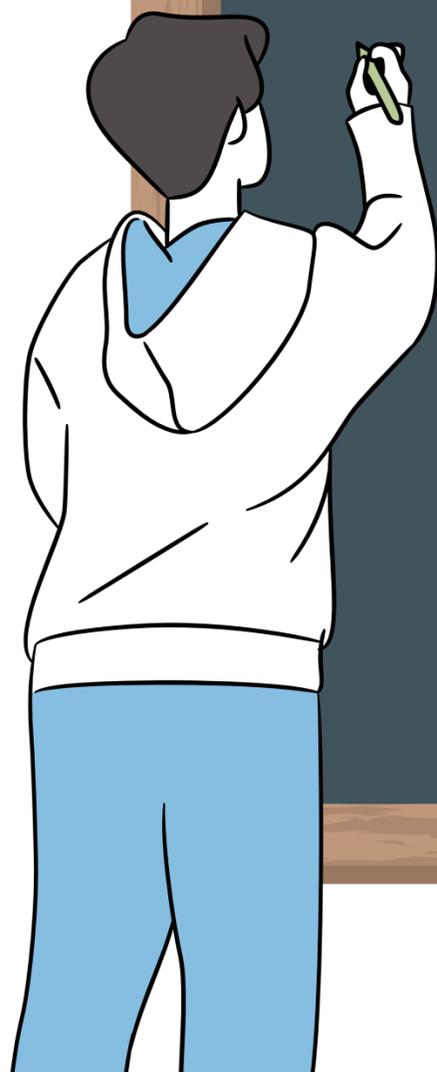




# バンドワゴン効果

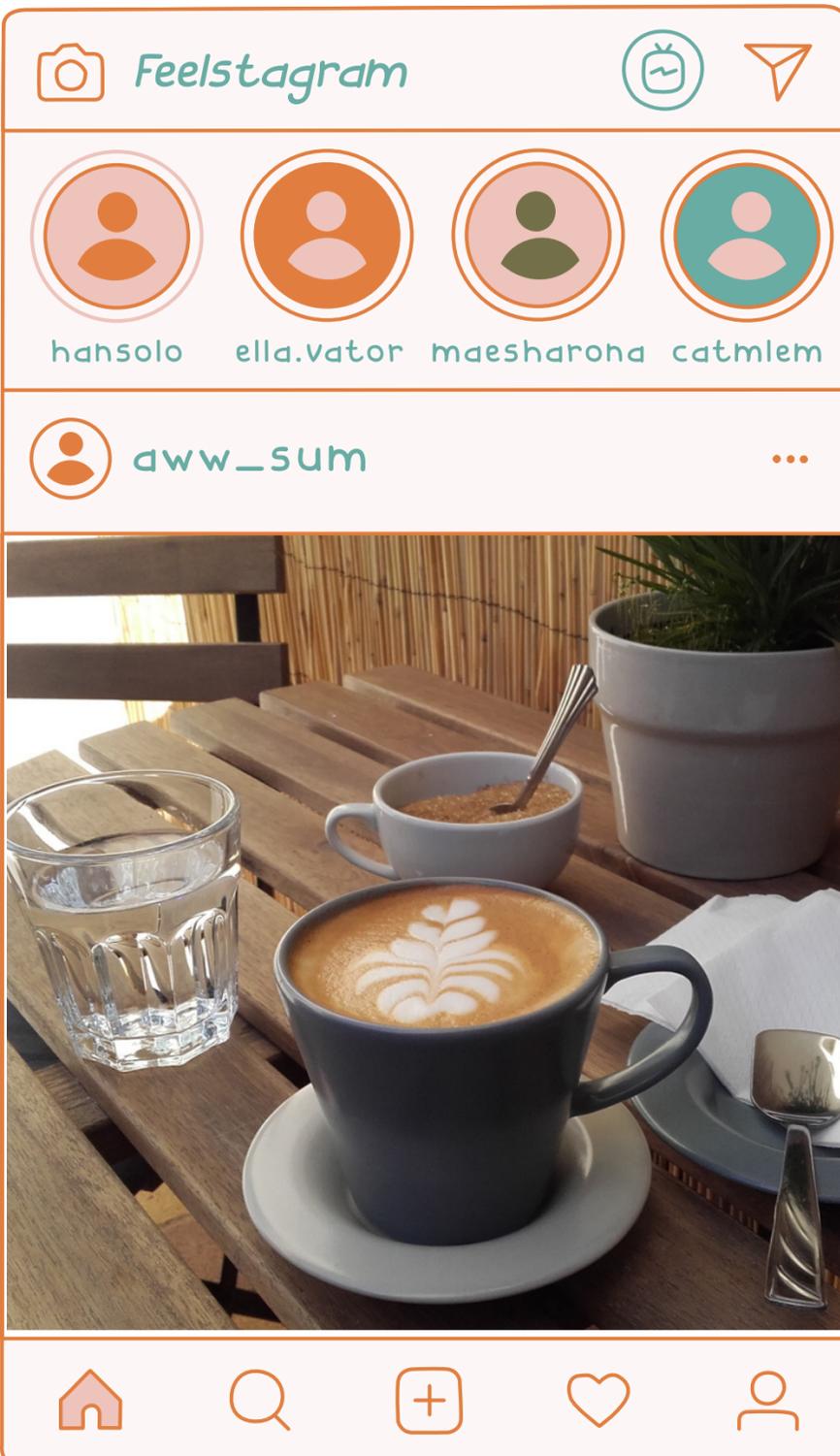


世間の流行りや周りの評判を  
判断材料にしてしまう心理



# バンドワゴン効果

**SNSで話題**になっている  
おしゃれなカフェ



流行ってるんだ…  
行ってみたい！！

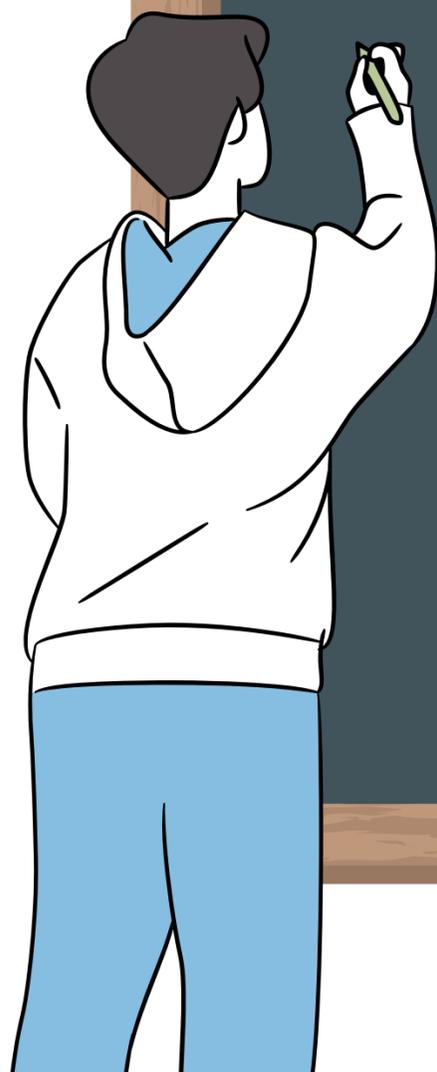




# スノツブ効果



「他人とは違うものが欲しい」  
という心理



# スノツブ効果

〇〇限定  
期間限定  
数量限定  
季節限定



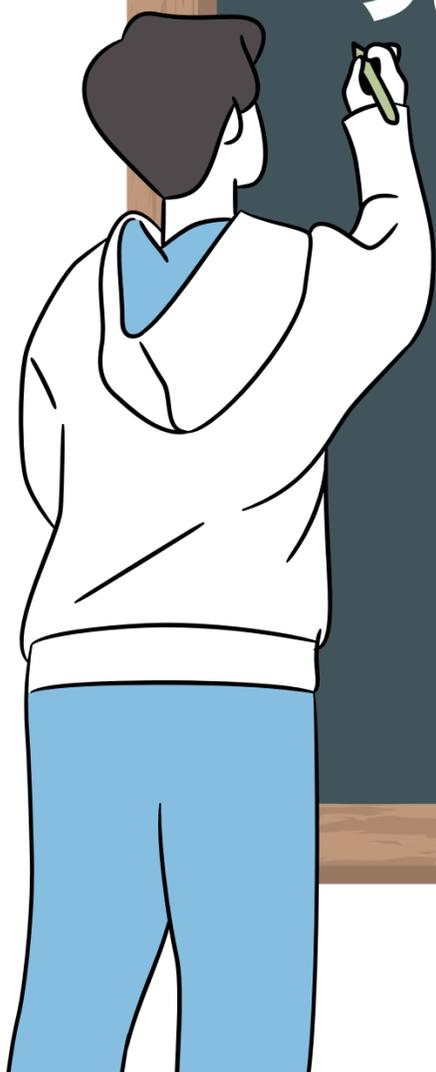
期間限定ガチャ  
数量限定フィギア  
など



# ヴェブレン効果

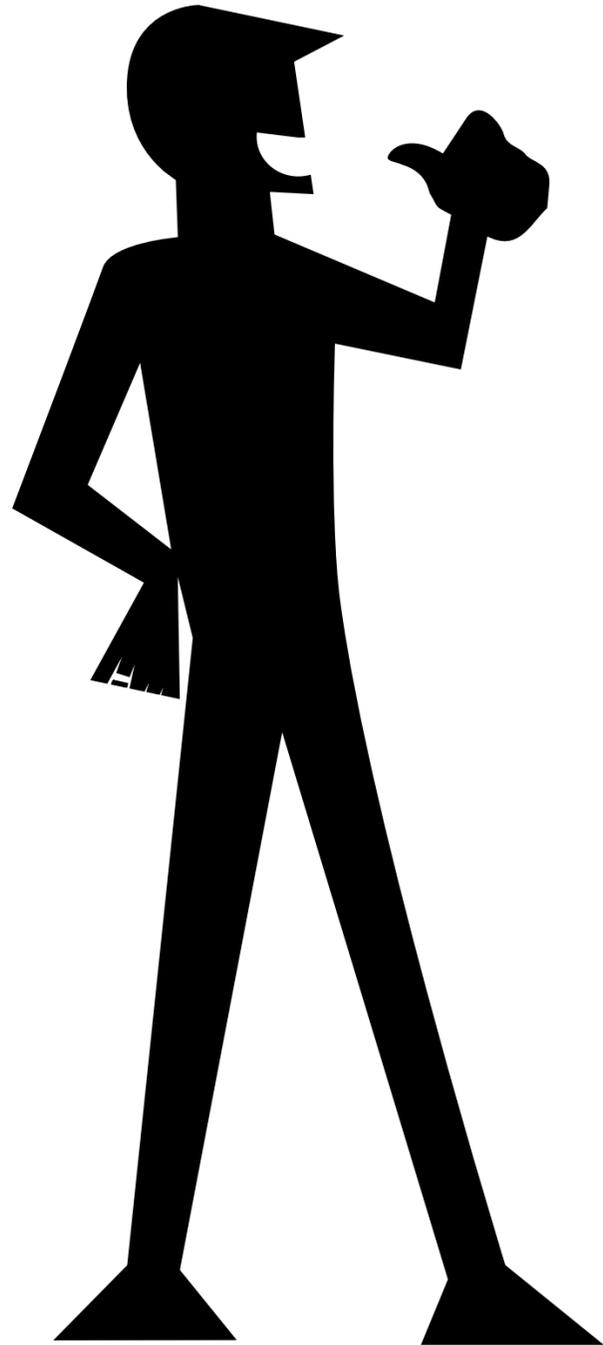


商品の価格が高いほど  
見せびらかしたい心理が働く効果



# ヴェブレン効果

高級ブランドなど



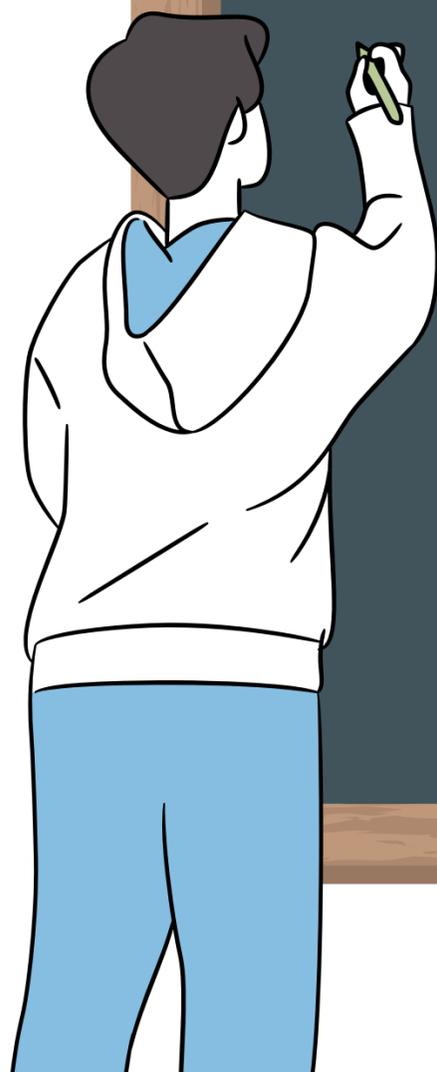
自慢したくなる



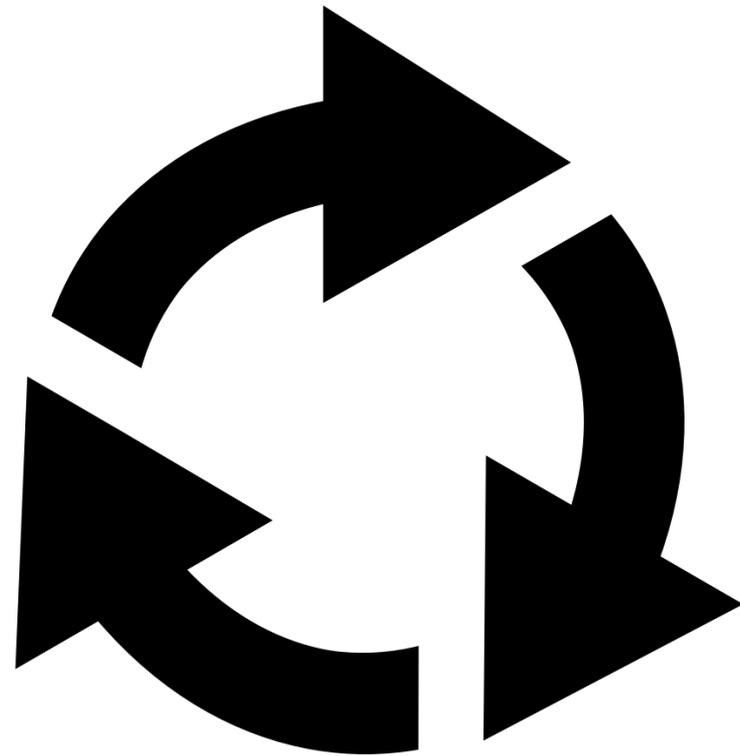
# ザイオンス効果



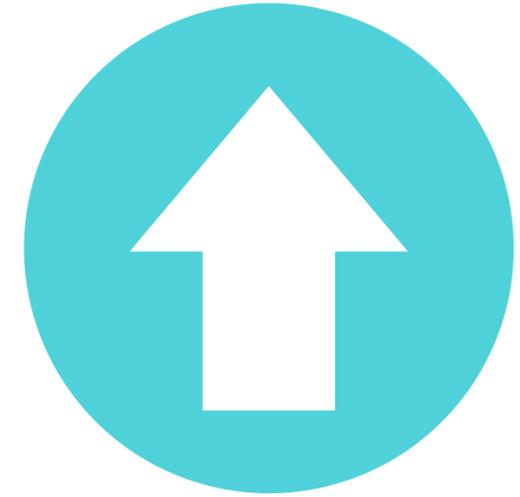
繰り返し接すると印象や好感度が高まり  
関心の度合いが高まるという効果



# ザイオンス効果



繰り返しあう



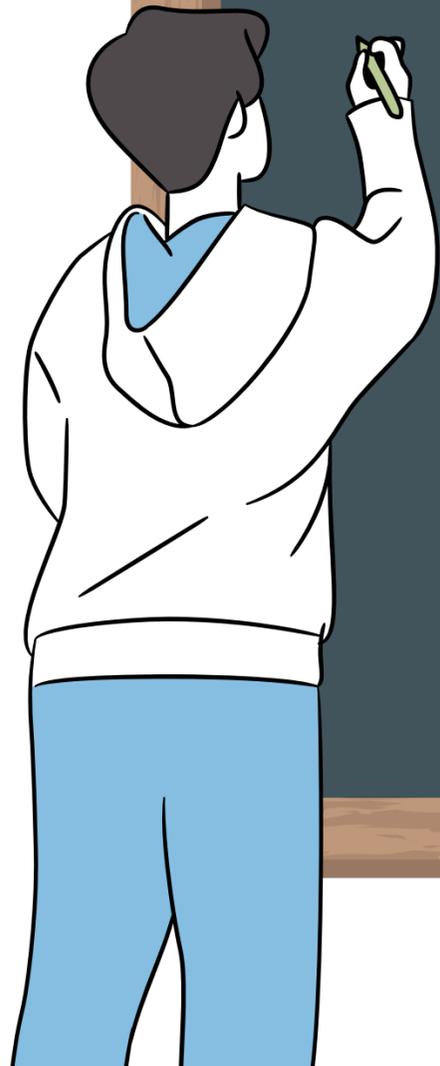
好感度UP



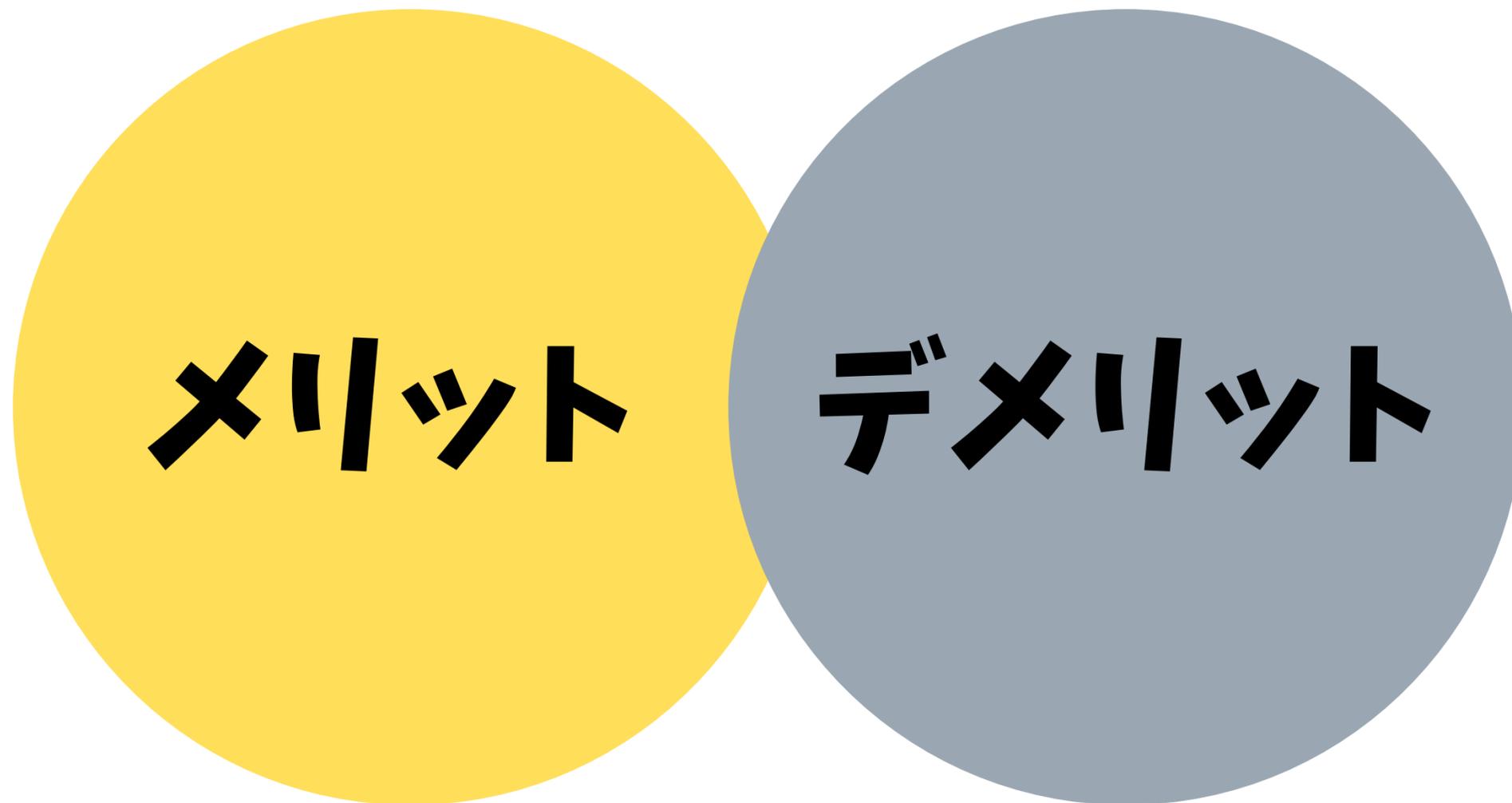
# 両面提示効果



相手を説得する時に  
メリット・デメリットの  
両方を伝えること。

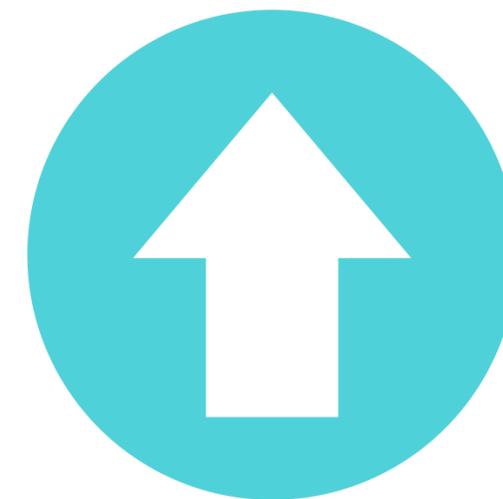


# 両面提示効果



信頼性UP

信用性UP





教育で“使える”

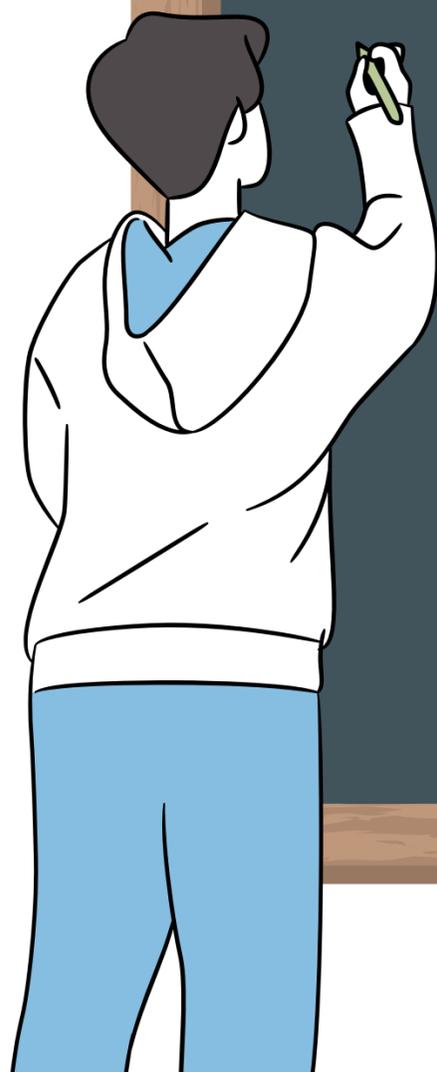
心理学



# 新近効果



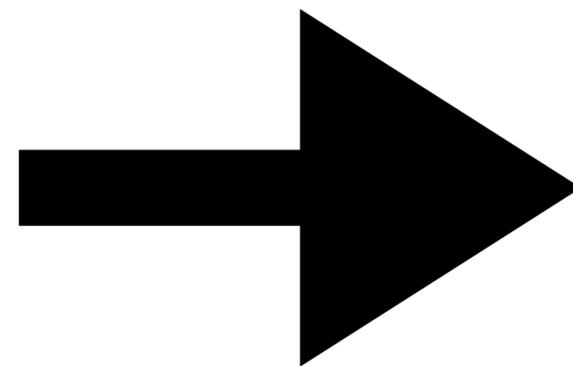
最後に与えられた情報により  
印象が決定されやすい  
という心理効果



# 新近効果

口コミやレビューはポジティブ評価とネガティブ評価  
掲載順はポジティブ評価を後の方にした方が効果的

★☆☆  
ネガティブ



☆☆☆  
ポジティブ





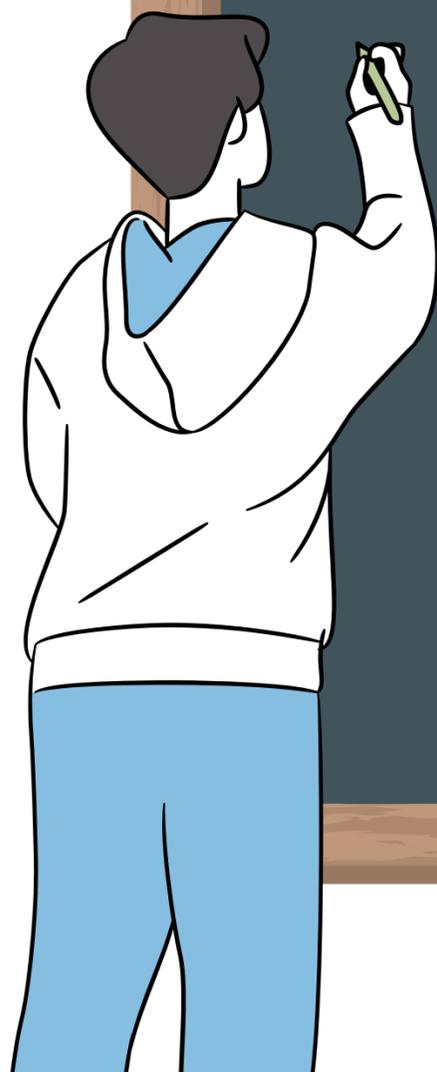
# 販売で“使える” 心理学



# デイドロ効果



自分が気に入った商品を  
購入するとその商品に合わせた  
雰囲気のもので統一したくなる心理



# デイドロ効果

家具など  
統一したくなる

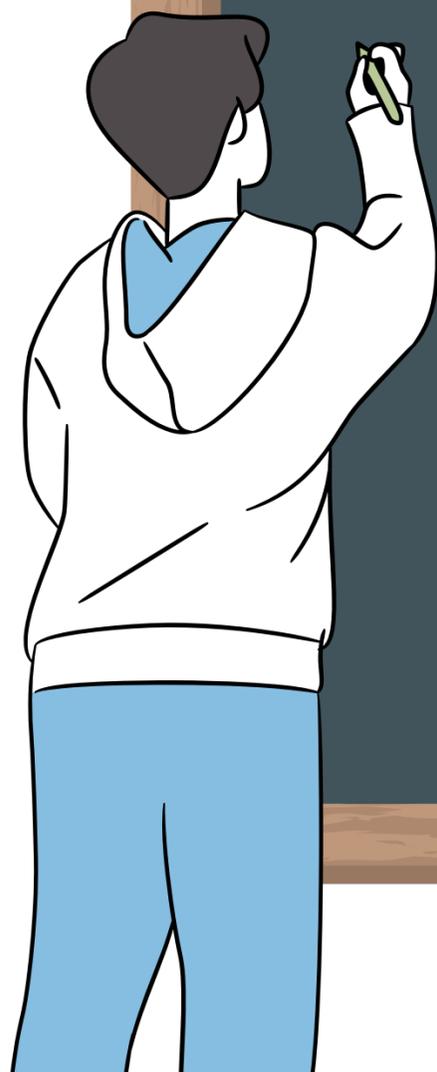




# ツァイガルニク効果

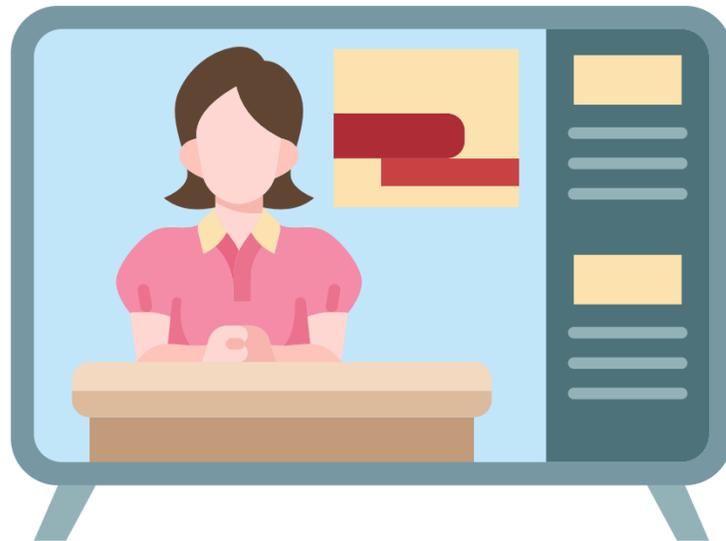


達成できたことよりも  
達成できなかったことの方を  
よく覚えていて完成させたい  
続きが気になる心理



# ツァイガルニク効果

漫画やテレビドラマなど

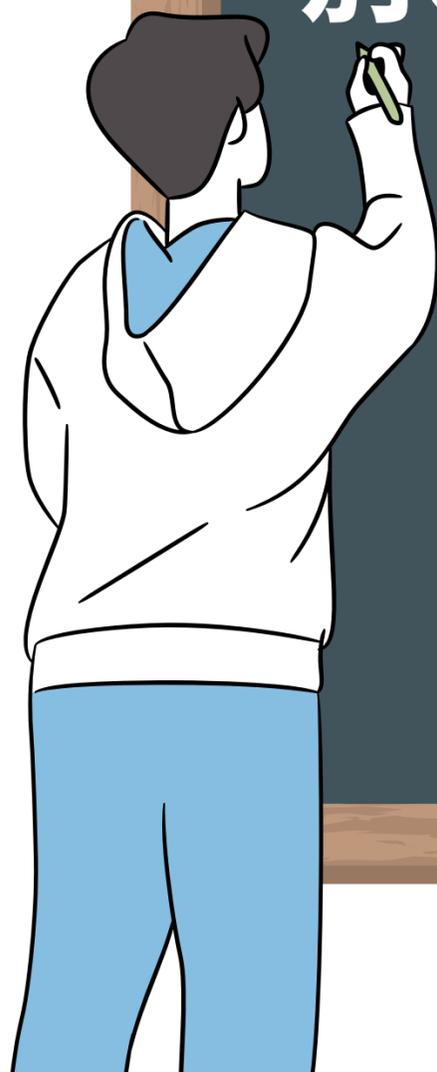




# アンカリング効果



最初に与えられた数字（アンカー）を  
基準に考えることで、その後に表示された  
別の数字への認識が異なるという心理現象



# アンカリング効果



参考価格：10,000



アンカー（基準）

販売価格：8,500円



「安い！」と感じやすい



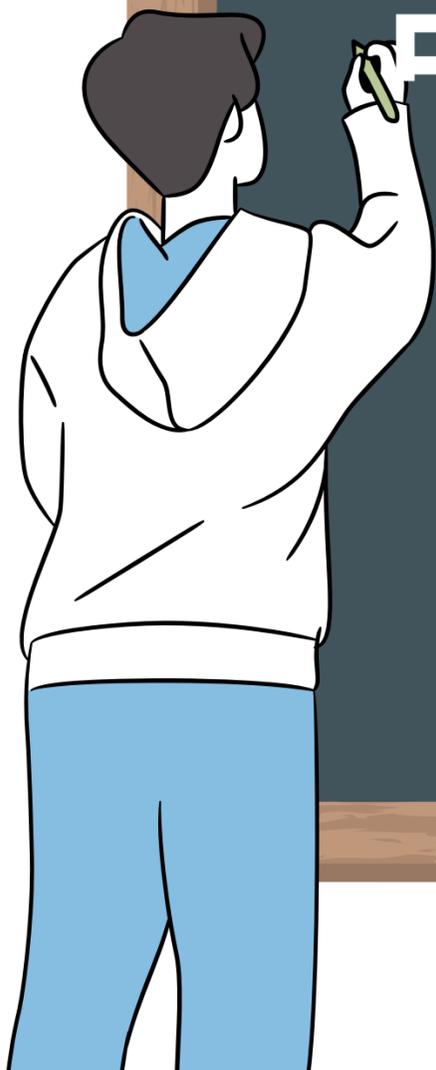
# 松竹梅の法則



単体ではなく価格や質が異なる

3つの選択肢を用意することで

中間にあたる商品を選んでもらえる



# 松竹梅の法則

松



2割

竹



5割

梅



3割

3つの選択肢を与えられると真ん中を選びたくなる