

価格を決める直前で迷う状態

売る前から、自信が揺れていないか？

- 安くしないと売れない感覚
- 最初の一件を急いでいる状態
- 断られることが怖い
- 高いと思われる不安
- 値下げで突破しようとしている

価値不足ではなく「伝達不足」

否定回避のための値下げ発想

- 安心材料が言語化されていない
- 誰向けかが曖昧
- 使う場面が曖昧
- 役立ち方が曖昧
- 価格だけが先に浮いている状態

誤認の破壊

「安さ」は、次への情報を遮断する

- × 安くすれば売れるという前提
- × 低価格なら反応が深まる期待
- × 薄い反応は内容不足という解釈

実際は受け取り方の問題。安さ基準で選ばれる構造。
期待値が低いまま購入され、次につながる情報が残らない。

基本構造の提示

先に決めるのは、価格ではない

- 誰の悩みを扱うかの特定
- どの場面で役立つかの特定
- 何を終わらせる支援かの明示
- 安心の根拠を先に出す
- やる範囲と、やらない範囲の明示

変化の実感

「必要性」で選ばれる状態へ

- 安さ依存からの完全な脱却
- 質問と感想の「質」が上がる
- 購入後の関係が続きやすくなる
- 提供側の迷いが減少し、安定する
- 価格を単なる「選択」として扱える
- 売った後の改善材料が明確に残る

最小アクション

価格を決める前の5ステップ

1. 一人の対象を具体的に決める
2. 困っている場面を一つ書き出す
3. 終わらせたい悩みを一つ定義する
4. 役立つ内容を一文にする
5. 安心できる理由を一つ足す

- やらないことを一つ明記する
- その後で、ようやく価格を決める

資料の使い方

— 感覚値下げを止める「土台点検表」 —

- 値下げ前に戻るための最終確認表
- 価格迷子を防ぐための客観的基準
- 伝え方のズレを確認する装置
- 安心設計のための下書き
- 売る前の土台を点検する設計図
- 繰り返し使い、型を固定化する

次の行動選択

必要性で選ばれる形にする

- 先に対象と言葉を整える選択
- 安心の根拠を構築する選択
- 土台から売り方を見直す選択
- 価格から考え、安さで反応を取りにいく（現状維持）
- 必要な人だけ、次へ進めばいい