

一度は売れた経験あり

販売後に、しんと静かになる感覚。

- クレームや悪評はない状態
- リピートや紹介が発生しない
- 次につながる実感がない
- 自分の中でモヤが残る
- 原因が分からない状態
- 手応えだけが消えていく

原因の特定

「売った後に残る印象」が未設計

- 商品内容だけを疑う思考
- 実際は内容だけが原因ではない
- 関係が一度で完結している
- 信頼の蓄積が未発生
- 評価は悪くないが記憶に残らない
- 次の選択肢に入らない状態

誤認の破壊

「満足」と「信頼」は、似て非なるもの

- × 良い商品なら続くという前提
- × すごい内容が必要という認識
- × 一回の満足で十分という考え
- × 派手な成果で差がつくという思い込み

実際は関係性で差が発生する。
印象より「安心」が優先される、選ばれる基準の誤認。

基本構造の提示

「任せて大丈夫」という感覚の形成

- 不安を増やさない言葉選び
- 対応の一貫性を保つ
- 進め方の明示を徹底する
- できる範囲の提示
- やらない範囲の提示
- 関係継続を前提にした設計

変化の実感

「安心ベース」の選ばれ方へ

- リピートの発生
- 紹介が自然に起きる
- 他者と比較されにくい状態
- 価格の影響が低下する
- 関係が継続する
- 選択理由が明確化される

最小アクション

次回のやり取りに意図を持たせる

1. 返信前に相手の不安を一つ想定する
2. その不安を減らす一文を入れる
3. 進め方を一つ具体化する
4. できる範囲を一つ明示する

- 曖昧な表現を削除する
- やり取り内容を丁寧に確認する
- **一回の対応に明確な意図を持たせる**

資料の使い方

— 継続選択されるための「設計図」 —

- リポートが起きない時の確認表
- 信頼設計の確かな基準
- 関係構築のチェック項目
- 売った後の改善指針
- 感覚依存を防ぐ装置
- 迷い時の客観的な判断軸

次の行動選択

安心を積み上げる設計にする

- 信頼設計を整える選択
- やり取りを改善する選択
- 継続前提で組み直す
- 商品改善だけを続ける選択（現状維持）
- 必要な人だけ、次へ進めばいい