

2018年9月25日 トリックみたいな行動経済学について

※一言要約： **人の判断基準は、直感と感情による場合が多い。**

行動経済学とは、**人間の行動がかならずしも合理的ではない**ことに着目し、それらによる社会現象や経済行動を、人間の行動を観察することで説明しようとする新たな経済学です。人が、判断して行動を起こす際の直感と感情(心理学と強い関連)を重視し、さらにそのメカニズムを明らかにする経済学といえます。2002年に行動経済学者のダニエル・カーネマンがノーベル経済学賞を受賞して注目を浴びました。

以下に事例を3つだけ示します。

①お試し期間を設定する

人は、現状を変えたくなく、新しい行動に躊躇するものです。しかし、その変化に慣れてしまうと変化後が現状となり、**変えたくない**という意識になります。

この心理を利用するのに、「お試し期間」を設定するという方法が使えます。

新しい商品・サービスを1~2週間無料でお試してもらいましょう。すると、**価値を感じたお客さんは「手放したくない」と感じる**ようになります。結果、お試し期間が終了した時にお金を支払ってくれることになります。

②選択肢を増やす

商品・サービスに2つの選択肢しかないとき、人は「自分にとって必要なほう」を選択できます。例えば、価格が安いほうが良ければ安価な方を。スペックが良い方が欲しければ高価な方を、選択します。しかし、選択肢が3つになると、**「安さ」を本来は必要としていた人に「見栄」という心理状態が加わり**、「安い」の一つ上の中間の価格帯のものを選択します。3択のできる選択肢が売上げUPに繋がります。

③相手の言い訳づくりを手伝ってあげる

夜遅くに、「ケーキを食べたいけど、カロリーオーバーかな？」と迷っている人に、「大丈夫だって、今日お昼いつもよりカロリー低い昼食だったよね。」なんて言ってあげたらどうでしょうか？「そうだよね！ 今日だけ特別に！」とケーキを手にとることになります。即ち、**人は、何か言い訳(正当性)が欲しい**のです。

それと同じ原理で、「今まで成功できなかったのはあなたのせいではありません。○○のせいです」と相手の言い分を代弁してあげるのは、効果大です。

上記のごとく、「人は論理じゃなく感情で動いている」ことが現実ですね。よって、感情を動かし行動してもらえるように、自分の業務に反映できるような心理テクニック事例がないかを調べて、楽しんで効果を上げることに挑戦してみてもはどうでしょうか？