



2014年6月2日(月)

小栗キャップの News Letter

税理士法人オグリ 代表社員 小栗 悟

〒500-8847 岐阜県岐阜市金宝町 1-3 岐阜第一生命ビル 4F

TEL : 058-264-8858 FAX : 058-264-8708

Email: info@otc-oguri.com <http://www.otc-oguri.com>

“AIDMA”の活用

販売・営業職種で“AIDMA”というキーワードがよく使われ、販売促進に役立っています。

“AIDMA”とは

“AIDMA”とは、次のように、「広告・宣伝に対する消費者心理のプロセスを示した略語」で、カッコ内は売り手が顧客の購買心理・行動を誘導する行動を示します。

1. Attention : 注意 (顧客の注意を引く)
2. Interest : 関心 (顧客に商品・サービスの特徴を訴求、関心を引く)
3. Desire : 欲求 (顧客に商品・サービスへの欲求があり、それが満足をもたらすことを納得させる)
4. Memory : 記憶 (商品・サービスを記憶させる)
5. Action : 行動 (顧客に購買行動を起こさせる)

“AIDMA”の活用法

今日、“AIDMA”は、テレビ・インターネット・雑誌などで見られるように商品・サービスの販売促進に広く活用されていますが、その活用の仕方には、さまざまな創意工夫があります。

活用の実務的ポイントは、

1. 自社の商品・サービスについて、“AIDMA”に基づく販売促進行動を、具体策としてよく検討する。
2. その内容を「セールスステップ」化(注)し、販売・営業担当者を訓練して、組織的な営業・店頭活動で実行し、また宣伝・広告を行なう。

(注)「セールスステップ」: 販売・営業活動を初訪から購買・アフターサービスまでステップごとの行動と商品説明書・仕様書・取扱い説明書・契約書など使用する販売ツールを標準化・可視化した文書

トップの留意点

“AIDMA”の検討、「セールスステップ」の作成には、社員の経験・知恵による創意工夫を要請し、積極的参加を求めることが得策です。社員は自ら考え、お互いに議論し、創意工夫して作った文書は、出来上がった時点で、それは単に他者から与えられたものではなく、自らやって見たい欲求を伴いますから、それ自体が重要な販売力・営業力となるでしょう。



みんなの知恵で
“AIDMA”!