

# 見込み客が欲しがるサービスが 手に取るようにわかる**方法**

凡人起業家のためのコンサルタント

新垣 覚



## 【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

このレポートの著作権は infowave 新垣 覚に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。  
著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

## 【推奨環境】

このレポートに記載されている URL はクリックできます。

できない場合は最新の AdobeReader を下記のページよりダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

こんにちは。

凡人起業家のためのコンサルタントの新垣 覚です。

**見込み客がどんなサービスを求めているのか？**

を知り、あなたのサービスを作り、提供していくことができればニーズがない・・・なんていう事は避けられますよね。

**ではどうすればよいのでしょうか？**

**それはあなたが見込み客の視点に立てばいいのです。**

新垣さん、それができないから苦労しているんだ  
よ・・・

という声が聞こえてきそうですが  
マーケティングではお客様の視点で物事を考えると  
いうのは基本です。

でも、難しいですよ。ついつい販売者視点になっ  
てしまう。

さて今回は、ひとりビジネスでおなじみの西田光弘さんの提唱している『スタバ・ラダリング』という手法を応用していきたいと思います。

西田さんは、自身が

『お客様の立場に立つ』

ということにずっと悩んできたと言います。

お客様の立場に立つということは「技術」であり  
練習しないでできるとしたらそれは「才能」である  
と言い切っています。

例えば、西田さんは保険の営業マンの時の経験ですが

『営業をしているとき、呪文のように言われました  
「お客様の立場に立ってね～」

泣きたくなるくらいに、できないんです。

しようとしているし、そうしたい思いはあっても  
できないんです。

もしくは、そうしても結局お客様の側から見たら  
「お客様の立場にたった提案とか会話とか・・・」  
ではないのですね。』

と、語っています。

それほど実は難しい事なんですね。

さて、内容に入ります。

## 【スタバラダリング】



スタバ = スターバックス

ラダリング = 梯子（はしご）をかける

スタバにいる人に梯子をかけ深掘りして考えるワークです。

まず、スターバックスへ行って下さい。

無ければ、ドトールコーヒーなどでもいいです。

何屋さんでも基本的にはいいのです！

ワークがコーヒーショップの設定がし易いので慣れるまではスターバックスで統一して説明しますね。

以下、スタバにします。

## スタバに行って、周囲にいる人を4人

- 風貌、

- 雰囲気、

- 何をしている

どんな人なのかを観察します。

その人は、最終的に、スタバにいます。

なぜ、その人は、どういう思考プロセスでスタバに  
決めたのか？

これを考えます。

## 1. 想起ポイント

と西田さんはよんでいます。

これをまず考えましょう。

まあ、朝からスタバにお昼には行こう！と決めていく事もありますがドトールコーヒーや、喫茶店、ファーストフード店、カフェ・・・  
色々ある中からスタバに最終的に決めたか考えるわけです。

そういうときに、「想起」したのは  
どこか、なにか、キッカケはなにか？をまず自分の  
例で思い出してみます。

「そういえばパソコンをソファでいじりたかったな」

同時に、先ほどの4人の誰かに絞って、想起ポイントを勝手に想像します。

- 勉強している社会人がいる
- ちょっとしたぞき込むと資格取得らしい、
- この人の想起ポイントは？

①まず、自分なら、と考える、

②次に「そういう人」が

「想起」したのは「どこか」、「何か」「キッカケは」？

を考えます。

「その「社会人」は家族持ちかな？独身かな？」

ここでまず想起ポイントが変わってきます。

時期とか曜日・時間帯でも変わりますよね。

夕方以降だとしたら、想起ポイントは

「会社の帰りにたまたま思いついたのかもしれない  
し毎日同じ時間かもしれない。」

「もしかしたら、正月に  
毎日夕方勉強すると決めたのかもしれないし・・・」

つまり想起ポイントはたくさん可能性があるっ  
てことです。

## 2, 想起ポイントの深堀り

それではこの資格勉強している人を例に深堀りして

いきます。

「人体のイラストが多い本を持っているな・・・  
医学系の資格？」

「そういえばその他の専門書もやたら太いぞ。  
洋書もある・・・」

「彼は、いつもこの時間ここで勉強しているのだからか？」

「という事は医学部の学生？」

サラリーマン？」

「靴を見るとサラリーマンの靴ではないからやはり  
学生か？」

観察＋想像の深掘りをしていきます。

そして、この資格勉強をしている人がいつ、どんな  
タイミングでスタバに行く事を決断したか、考えて  
いきます。

「朝は少し遅かったのでお腹は空いていないが、  
小腹は空いている。課題もまだ終わっていないので  
1時間半くらいは集中して勉強したいなあ。」

「ソファシートなら資料の広げやすいからお昼の  
混雑が終わった14時くらいにスタバに行こう！と  
朝の10時頃に計画した・・・」

ここまででわかると思いますがこのワークに正解・不正解はありません。

本人にインタビューして質問する以外確認のしようがありません。

でもそれでいいんです。

正しいか？正しくないか？を判断しようとした瞬間

に想像やイメージはストップします。

必要なのは、観察して深掘りしていく過程でその本人になりきる瞬間をどんどん体感してほしいのです。

想像力を鍛えるのが大切な事です。

そして

### 3, 分岐点を考える

なぜ、スタバにしようかと決断、決定したか？

をスタバに来ている人の気持ちで想像していきます。

「食事もしたいのか？」

「デートなのか？」

「雰囲気なのか？」

「価格なのか？」

「混雑具合なのか？」

「コーヒーの味なのか？」

etc . . .

たくさんの決断のための要素があります。

でもたとえば、コーヒーの味ならマスター自慢のコーヒーを出す近所のコーヒーショップのコーヒーはまずいのでしょうか？

けっしてそんな事はありません。

目隠しされたらスタバのコーヒーなのかそのコーヒ  
ーショップのコーヒーなのか私には当てる自信はあ  
りません。

なぜ、最終的に決断したのか？

その軸・要素をあなたなりに想像して下さい。

この 1～3 のワークをスタバにいる 4 人を選んで行  
います。

これを 2, 3 回日を改めて行なって下さい。

対象者の 1 日や考えが DVD を再生するようにあなた  
の頭の中で自然にイメージングできるようになっ  
てきます。

なんせ正解・不正解はないのですからストーリーは  
無制限、無限に生まれます。

時には感情移入してしまうこともあります。

ここまでくれば、しめたものです。

**今度はあなたの見込み客になりきって下さい。**

あなたがサービスを購入する立場になり想像してみてください。

もはや、販売者の視点はいとも簡単に捨てられるはずです。

スタバラダリングを使うと細かい事が色々と想像で

きるはずですよ。あなたならどんなサービスがほしい  
ですか？

このワークを体験して習得した後ではすべての景色  
が違って見えるはずです。

想像の中でその人物が勝手に動き出します。  
あなたはそれを傍観者として観察すればよいのです。  
映画を観るように。

ただし、これは技術ですので使わなくなると

すぐに廃れてきます。

数回スタバで試した後は、他のお店、いろんな業種でのスタバラダリングを繰り返し行なって下さい。

どんどん楽に想像できるようになるはずですよ。  
ここからサービスを作り出し、テストマーケティングして下さい。

テストマーケティングはお金をかけずにできる方法が多くありますので  
詳しくはぜひ私に相談下さい。

少しお金はかかりますがスタバに実際に行って  
このスタバラダリングのワークを実践する事を絶対  
にやって下さい。  
それだけの投資はすぐに元がとれる凄いワークです。  
ぜひ、お試し下さい♪

【レポートを読んでもくれたあなたへプレゼント】



サラリーマン時代より稼げていない起業家  
を6ヶ月で稼げる起業家にします♪

**90分**  
**無料個別相談**

ZOOMを利用したの相談ですので  
全国どこにお住まいでもOKです

もし、現在お困りの事や分からない事があれば遠慮なくお声掛けください。一緒に考えましょう！  
何か無理売りする事はありません（苦笑）ご安心下さい。（^\_^）

お申し込みは下記フォームよりお願いします。コメント欄に「レポートを読みました」とひとことお書き添え下さい。申し込みフォーム ↓↓

<https://ws.formzu.net/fgen/S81878295/>

凡人起業家のためのコンサルタント 新垣覚

Blog : <https://blog.infowave-okinawa.com>

HP: <https://infowave-okinawa.com/>