

経営に関する最新情報をお届けします！

経営トピックス

Management topics



「女性脳」をつかむ
マーケティングのコツ
～共感を生むしくみをつくる～

町田市経営診断協会 杉山 淳 (中小企業診断士)

今回は、女性をターゲットとする小売・サービス事業者様向けに女性を捉えるコツをご紹介します。

● 少子高齢化の成長市場「女性市場」

日本はすでに人口減少・超高齢化社会であります。女性を顧客とする市場は成長市場です。女性の雇用者は増加を続けるため、今後も女性の購買力は高まります。また、男性が使う商品でも、女性が購入決定権を持つ商品は多く(例 自動車、ノートパソコン等)、女性を惹きつけるマーケティングが重要です。しかし、広告や販促等は男性向けがメインのものが多く、女性をとらえたマーケティング活動が少ないのが現状です。

では、女性を捉えるマーケティング活動を行うには、どのようなポイントを押さえておけば良いか、脳の性差から紐解いていきましょう。

ら紐解いていきましょう。

● 男性脳と女性脳の違いと女性脳の特徴

脳に性差があるのはヒトだけと知られているそうです。道具を使って狩りをするところから体系化を進化させた男性脳と、コミュニケーションを作って子どもを育てる必要があったことから共感能力を進化させた女性脳。このように女性と男性では脳に特徴があり、女性は「共感」の力が強いと言われています。

● 女性脳の購買行動の特徴と対応策

女性と男性では脳に特徴があることがお分かりいただけたと思います。脳の違いがあるので、商品やサービスを購買するときに、何を重視するか、といった購買行動にも女性と男性で特徴が現われます。この特徴を活用し、女性を捉えるコツを八個ご紹介します。

① 商品の仕組みではなく、何の役に立つかで考える

女性は商品やサービスを購入する際、「この商品・サービスがあるかどうか」「この商品・サービスが面白い」「この商品・サービスが役立つ」といったポイントで重視します。スペックなどの商品情報を伝えるだけでなく、商品・サービスを使って生まれるストーリーをあわせて伝えましょう。

② ストーリーの主役は、商品ではなく女性に

商品やサービスを使って生まれるストーリーは、商品やサービスではなく、女性を主役にしましょう。

③ 「女性(母親)は周囲の人のメリットも考えて購入する」を考慮する

女性(特に母親)は商品やサービスの購入時に、本人だけではなく、まわりの人のメリットまで考えて買う傾向があります。女性(母親)のまわりの人のメリットまで考え、伝えましょう。

④ 弱みを見せ合う場などのしくみをつくる

自分の弱みを見せることによって共感を求め、繋がりを深めようとするのが女性型のコミュニケーションです。この心理を活用して、新規顧客呼び込み体験会やコミュニケーション等の販促企画に活かしていきましょう。

⑤ 「購買プロセスを商品価値」と考え仕込みをする

男性にとつての買い物は、必要なものを手に入れる「手段」であるものの、女性にとつての買い物は、買い物自体が「娯楽」になります。女性は購買プロセスそのものを楽しみ、購買プロセスを商品の価値の一部とする傾向があるため、いかに購買プロセスに驚きや感動を仕込めるかが、重要です。

⑥ 「買い物上手」「お買い得感」を本能的に求める、を考慮する

女性は、はるか昔は木の实などの食べ物を採集担当だったと考えられています。このため、どこに行けば、どんな食料があるか、を覚える能力が発達したようです。これは現代女性にも、一番のお買い得品がどこにあるか、どうすれば見つかるか、を記憶する能力が備わっていると考えられます。つま

り、「買い物上手」や「お買い得感」は女性にとつて本能的に求めることであると言えます。いかに購買プロセスに驚きや感動を仕込むとともに、「買い物上手」や「お買い得感」を感じていただけるかといった演出も重要です。

⑦ 「買う理由を肯定してほしい！」を受け取るしくみをつくる

「買い物上手」を本能的に求める女性にとつて、「買い物下手」にならないため、商品やサービスを購入するプロセスの中で、「自分の買った物が正しいかどうか肯定してくれる存在」は非常に重要な意味をもつようになります。このため様々なクチコミを検索し、買う理由を肯定したいというニーズが発生します。新規顧客呼び込みのために、良い「クチコミ」が起きるしかけも仕込みましょう。

⑧ 「女性(母親)に嫌われたら、二度目は無い」を肝に銘じる

女性は子どもを守るために、誰を信頼できて、誰を信頼できないか、を見極める能力が極めて高くなるようです。このため、一度、信頼できないと思われてしまうと回復の見込みは極めて低くなります。つまり、女性(特に母親)を相手にする場合、何よりも「信頼」を重要ポイントとして捉え、信頼を損ねる手法は厳禁です。

今回は誌面の都合上、「女性の購買行動と対応策」のみの紹介となりましたが、ぜひ、コツを活用し、女性客を捉えましょう。