



# 基礎知識



#1:

思考の枠を

操作する

思考の枠(フレーム)を操作する

突然ですが、この部屋の中に何個  
**赤いモノ**があるでしょうか？

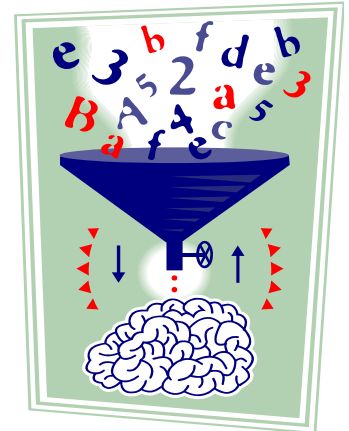
答え：探してみましよう

# 不動思考の枠(フレーム)を操作する

## メカニズム\*

(脳は効率的に運営されている)

- 自分に関わる全ての情報を処理していない



注意を払っていない出来事は意識されない。

例:

- 左足の薬指の感覚？  
(これを読むまで、その感覚はありましたか？)

\*「選択的注意」と呼ばれる現象です

# 思考の枠(フレーム)を操作する

## (原則)

どんなボールを投げるか予告しないと、  
グローブを構えてもらえない。

したがって、キャッチしてもらえない。

(ということは、)

自分が何を投げるのかを予告しておけば、  
うまく受け取ってもらえる。

# 思考の枠(フレーム)を操作する

## テクニック

最初に、

- これから、何について伝えるかを言う
  - 準備してもらおう 網 の範囲 を予告する
- 話の結果として、聞き手に起こる変化を言う

\* Pre-Framing 呼ばれます。

# 思考の枠(フレーム)を操作する

## テクニック

商品ページを書く場合の応用

- これはこういう商品なんだ、というコンテンツを差し込む

\* Pre-Framing 呼ばれます。



#2:

ベネフィット

# 誰もが一番興味のある事

人間なら誰でも、必ず、国籍も、性別も、人種も、年齢も、関係なく、

必ず興味のある事、

何だと思いますか？

答え：自分自身

# 誰もが一番興味のある事

## メカニズム\*

- ある事の参考材料を、自分の経験(記憶)から探す
- 自分の例に置き換えながら聞く



何をイメージしたでしょうか？

例:

- 商品ページを書く時のなやみ

\* Transderivational Searches と呼ばれる現象。

# 誰もが一番興味のある事

## (原則)

どんなに正確な内容でも、「聞き手自身の話」になっていなければ、効果はない。

(ということは、)

情報そのものを、いくら正確に提供しても、伝わらない。

伝えたい事(仮に A)がある時、聞き手に A を「自身の話」としてイメージさせ、「A は自分に関わりがある(重要である)」と感じさせる必要がある。

# 誰もが一番興味のある事

## テクニック

何かを伝えたい時、

- 相手の文脈で語る
- 相手のボキャブラリーを使う
- 自分が伝えたい事が、相手とどう関係あるのか 伝える

# レバレッジを握る

相手を動かしたい。どうしますか？

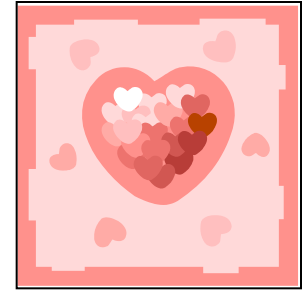
例：

誰かを食事に誘う  
車を売る  
身代金を取る

答え：弱みを握る

# レバレッジを握る

メカニズム



- 苦痛を避け、快樂を求める

• 物事に 苦痛／快樂 のラベルを貼る

アイデンティティ

信念

価値観

経験／記憶

# レバレッジを握る

## (原則)

相手の中で、快楽に結びついているモノが、  
相手にとって重要なものである。

自分にとって重要な事が、  
相手にとって重要とは限らない。

# レバレッジを握る

## テクニック

- 必要な 情報があれば、インプットする(教育コンテンツ)
- 商品の価値を高める為に必要な知識

The background of the entire image is a close-up, high-contrast photograph of flames. The fire is bright orange and yellow, with dark, swirling patterns of smoke and ash. The flames are intense and appear to be burning vigorously.

#3:

相手の文脈で

語る

知ってる事しか見えない

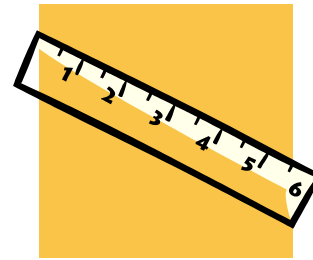
I will do it tomorrow.  
I'm going to do it tomorrow.  
違いは何ですか？

答え： 詳しい人説明して下さい。

# 知ってる事しか見えない

## メカニズム\*

- 脳はあらゆる物事を区別している
- 区別をする為には、モノサシ(評価軸・モノの見方)が必要  
(なければ、見えない - 他のモノと区別がつかない)
- 持っているモノサシが 見る目 の細かさになる



## 例:

達人ほど 見る目(違いを見る目)がある。  
物事を細かく区別できる。



色々なモノが見える(分かる)

# 知ってる事しか見えない

## (原則)

知ってる事しか見えない ⇒ 受け取れない

(ということは、)

相手が理解できる言葉を使う必要がある。

# 知ってる事しか見えない

## テクニック

- 相手は誰なのか？
- 必要な情報があれば、インプットする(教育コンテンツ)
- 教育コンテンツ ≡ 商品の価値をよりよく理解する  
為に必要な知識
  - 例： 注意！ 偽物が出回っています