



# 売るより売れる環境を！ エアプラ活用術

エアプラを運営する  
タイツ社長です♪

監修：株式会社イプラ 小田泰平

お客様は「売れている店」から買いたい！その理由とは？



ガラガラ〜

ここだけの話  
お買い得なんですわ

この店ほんまに  
売れてるんかいな？  
だまされへんで！

お客様は「損をしたくない」と思っている

## 損失回避の心理（プロスペクト理論）

感情の起伏どちらが大きい？

1万円の債券を2枚持っていたとします。その債券のうち1枚は千円値上がりして、もう1枚は千円値下がりしました。さて、喜びと落胆、どちらの感情の起伏が大きいでしょう？そんな研究した実験があります。皆さんはどちらの感情が大きいのと思いますか？答えは値下がりした落胆の方。これを**損失回避の心理**（プロスペクト理論）



こんな  
売れてるなら  
安心できるわあ

成約札は「売れている証明」になる

クト理論といえます。人は得する気持ちよりも損をしたくない感情の方が大きいことが証明されています。

損したくない感情が大きい

通販サイトで商品を買う時、評価やレビューを見てから検討する人は多いと思います。どんなに魅力的な商品でも評価が付いていないシヨップからは買いたくないもの。これは売り場も同

全国で注目されるような優良販売店は必ず成約札をお客様の目に触れる場所に掲示しています。新規のお客様にも信頼されやすくなることを知っていますから。もし成約札をされていなければ今すぐ掲示することをお勧めします！



思わず目を惹く成約札

売れている証明が大切  
じです。ネットもリアルも人は売れているお店から買いたいもの。なぜならだまされたくない、損をしたくない、という感情の方が大きいから（損失回避の心理）。どんなにキレイで新しいお店でも誰もまだ購入した気配が無ければ二の足を踏んでしまう心理もよくわかります…。

今すぐ『エアプラ』で検索！「成約カード」が作れます！



店内に貼る  
成約カードで  
説得力バツグン!



つまり  
結論

- ☑ 人は損したくない「損失回避の心理」がある！
- ☑ だからこそお客様に安心してもらおう環境が大切！
- ☑ 誰でも簡単に使える「エアプラ成約札」でアピール！

今すぐ『エアプラ』で検索！「成約カード」が作れます！