




「買いたい」を増やす伝え方のコツ

意図的に仕掛ける ロコミネタ30



3秒販促製作所
株式会社はぴっく



口コミをつくる絶対3要素

口コミ、増やしたいですか？
 広告が難しい時代になり、口コミの重要度が高まりました。

口コミは運ではありません。
意図的に作るものです。合理的な仕掛けを施せば
 着実に増やすことができます。



① 語れるフレーズ

- ・ 躍動するうんちく
- ・ お店や商品の凄み
- ・ 語らずにはいられない体験

② 語るきっかけ

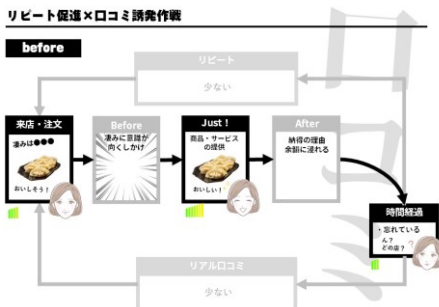
- ・ 日常生活内のきっかけ
- ・ しかけによる創出
- ・ 見せたくなるグッズ
- ・ 感情が高ぶる瞬間
- ・ 紹介・純クチコミ

③ 好感・誇れる感

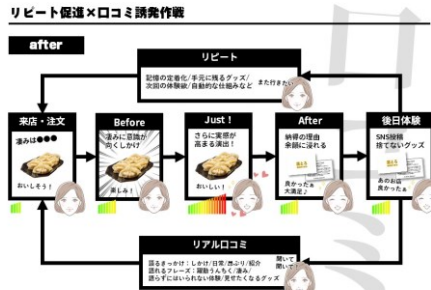
- ・ 仕事っぷり・志
- ・ おもてなし
- ・ 向き合うこと
- ・ 人間味
- ・ 共通の価値観

口コミとリピートのサイクルは意図的に作るもの

▼before



▼after



偶然なんかじゃない！
 意図的であり、必然である！



儲かるの裏側365 意図的なロコミの仕掛け 001

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・手間はかかる**けれど**、ゆずれない工程がある
- ・量は作れない**けれど**、機械化しない
- ・周りのお店はやめた**けれど**、
伝統を守るために作り続ける

非効率だけれど
こだわる!



少し解説

もっと効率いい方法はあるけれど、大切なことを守る心意気。職人魂を感じられる「けれど型」ストーリー。

職人魂を感じるストーリー
けれど型ロコミ

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・ 日常で、お店の商品と似たようなものを見る
- ・ お店で入手したうんちくを披露する場に出くわす
- ・ お店でもらったグッズを見せたいくなる
- ・ 語らずにはいられない話がある
- ・ 相手に伝えると喜ばれる話題を入手

きっ
かけ
無くして
口
コ
ミ
無
し

満足じゃ
ダメなんだ



少し解説

どんなに満足したお店でも、語るきっかけがなければ口コミは始まりません。語るきっかけをどうしたら作れるか。お客さまが自然に発見できるか。

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

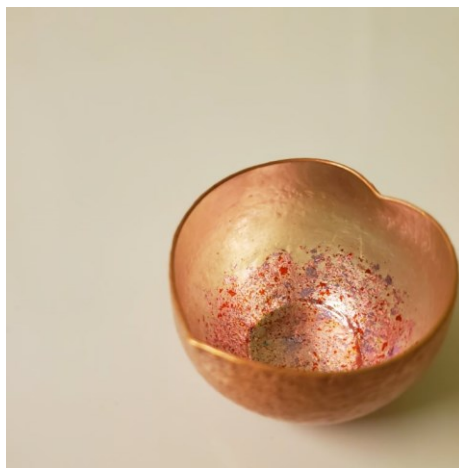
手応え

他

たとえば

「(別の居酒屋さんで) そうですね●●締めって知ってる? お刺身が美味しくなるんだって」

「(別の飲食店で) 日本酒って、お猪口やぐい呑みで味が変わるんだよ、例えば…」など



少し解説

他店はライバルでしょうか? お客様が他店に行った時に、あなたのお店で知ったうんちくを語り出したら…? あなたのお店は一目置かれるお店に。

別の
お店なのに
うんちくが躍動!

話したくなる
うんちくは?



語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・焼き鳥1本を焼くのに数十分かかる
- ・日本酒で仕込んだ日本酒で仕込んだ日本酒
- ・通常の3倍の工程と時間をかけて作られる



少し解説

おいしさのために、凄まじいまでの手間がかかっていると驚きます。驚きのある話材は話したくなるものです。

手間かけすぎ型

ええっ！そこまでやるの？

儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 005

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- 語れる
「聞いて! ●●なの」 「これ可愛くない?」
「知ってる? ○○って」
- 語れない
「これ普通なんだよ!」

具体的じゃないと
ダメなんだ



少し解説

多くのお店の盲点です。どんなに品質が良くても、お客さまが満足しても、**具体的に語れる話材**がなければ、効果的な口コミにはなりません。では、どうすればいいか?

©はびっく

具体的話材無くして
口コミ無し

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・お茶を注ぐと、目の前でもこもこもこ〜っと盛り上がってくるドリンク。
- ・驚くほど肉汁があふれ出す餃子
- ・●●すると変化する
- ・驚くほどのこだわりで作られた料理



少し解説

驚く体験をすると、誰かと共感しあいたくなるもの。驚くとは「想像→想像超え」。初めて見る品は驚きづらいです。お客さまが一般的な状態を想像できる素材を扱って演出しましょう。

共感リアクション
オドロキ！の体験 ①



儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 007

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

「瀬戸内だから潮と栄養がスゴくて、
魚の味が濃いんだって」
「地域的な環境のおかげで素材の質が良くなる」
「他にはない〇〇だからスゴイ」

そりゃおいしいわ



少し解説

地域的な環境や、素材の希少性など。
他店や他地域では実現できない条件が
あり、それが美味しさの根拠になって
いたらチャンス。語れるフレーズです。

そりゃおいしいよね！
他にはない理由型

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

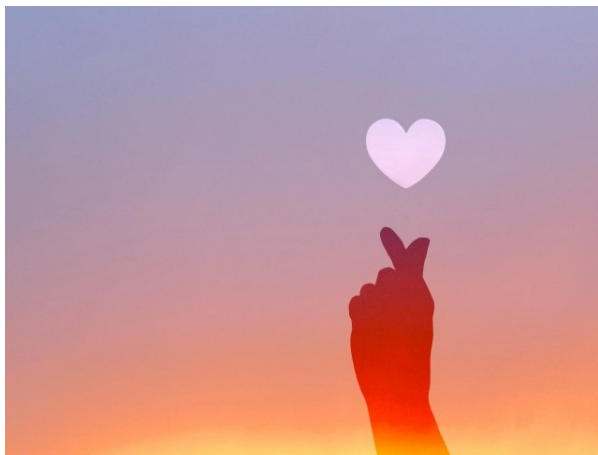
手応え

他

たとえば

- ・お客さまがお店のことを好き
- ・お客さまがスタッフのことを好き
- ・お客さまが商品のことを好き

好きになって
もらえる
お店であれ



少し解説

いい品では足りません。どんなにいい品でも、お客さまが「品質はいいけど好きじゃない」と思っていたら、いい口コミは起きません。お客さまが好いてもらえるのがいい口コミの条件です。では、好かれるには？

©はびっく

「好き」
無くして

口コミ無し

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・キャラクターのカタチをした食べ物
- ・ニコちゃんまーくのついたもの
- ・店頭にかわいいキャラクター
- ・店内にカワイイ動物など



少し解説

人に見せたら「カワイイね！」とリアクションが得られそうと思えたら、語るきっかけになります。リアクションを期待できるかどうか境界線です。

共感リアクション
カワイイ！体験

2

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・焼き鳥もも串で、ひと口目のもも肉と3口目のもも肉を使い分けている（肉の部位）
- ・食べ進めて味わいが広がるように、一皿の中で塩味や風味を変えている
- ・寸胴でとったスープの仕上げに、1滴の醤油を加えている



少し解説

「そこまでやるの！」という驚きは知人にも言いたくなります。リアクションが期待できるからです。お客さんに話したら驚かれるような細かなこだわり、実はしていませんか？

そこまでやるの？
こだわり細かすぎ型

そこまでやるって
凄いなあ



儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 011

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

口コミをした時に…

「かわいいっ！」「面白い！」

「スゴイ！それ手に入ったの？」

「スゴイお店だね！そこまでやるんだ！」



少し解説

「これすごくない？」「…ふーん」
お客さまが口コミを始めた時に、相手が無反応だったら、話し甲斐がないですよ。リアクションが見込めることは口コミの絶対条件の一つです。

リアクション無くして
口コミ無し

無反応って
嫌だよな



語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・インパクトある言葉の書かれたポチ袋
- ・有名なグッズや有名なフレーズをパロディしたグッズ（警察手帳風・映画のワンシーン・免許証風など）
- ・一見、超豪華なカード

共感リアクション
ナニそれグッズ

③



少し解説

「ナニそれ！」とリアクションが見込めるグッズは語るきっかけになります。「誰もが知っているもの×お店」の組み合わせを作りましょう。グッズはあくまでも飛び道具なので、お店の魅力は別で伝える必要があります。

儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 013

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・ 1年に10個しか採れない〇〇
- ・ 日本中でこの地域しかとれない〇〇使用
- ・ 1つで1万円する高級素材を使用
- ・ 一頭の牛の中から、ほんのわずかな部位
- ・ コンクールで優勝した●●

言いたくなるよね！
スゴイ素材は



少し解説

ピカイチにスゴイ素材は、口コミした時にリアクションが起きやすいです。体験したお客さまも、体験する前のお客さままでさえ口コミする可能性があります。ピカイチ素材、持っていませんか？

ピカイチ素材
口コミしたくなる！

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・ 予想していないことが起きた
- ・ 自分の為だけに、何かをしてもらえた
- ・ びっくりするほど楽しい体験をした
- ・ びっくりするほど珍しい体験をした

冷静よりも
感情グラグラ!



少し解説

感情がグラグラ動くと、誰かに共感してもらいたくなるもの。共感とは「感情を共にすること」ですから感情が動くことがきっかけになります。悪い方の口コミも、不快な気もちが高まった結果です。

©はびっく

感情グラグラ
しゃべりたくなる!

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・一人じゃ食べきれないサイズ
- ・一人じゃ解けない難問クイズ
- ・知人に質問したり誘うと解決すること
- ・肩もみ2人組ストレッチの提案



少し解説

一人ではできない場合、知人に頼ったり知人を誘うことになります。本質的な口コミではありませんが、きっかけ作りとしては有効です。

1人じゃできない
口コミチャンス生む！

一人じゃ
食べきれない！

儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 016

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・お客さまの名前と誕生日を数百人分覚えて、来店時にお祝いするオーナー
- ・お客さま一人のためにオーダーメイドメニューを作るお店



少し解説

みんなと同じではなく「私だけにしてくれたこと」は印象に残ります。お客さまが「こんなにしてくれるの！」と思えるほどの**特別感**を得ると、誰かに言いたくなります。

だから口コミ拡がる
やりすぎ！

すごい！そこまでやるのか！



儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 017

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・お店に入った瞬間に、名前で呼ばれる
- ・こっそりと、今日入った素材のいい部分を教えてくれる
- ・店主がお客さまに相談したり、新作の感想を求める



少し解説

えこひいきは特別感。お客さまにとっても大事なお店になります。えこひいきしてくれるお店に知人を連れていけば、優越感が高まります。お金面でのえこひいきよりも心の面でのえこひいきを。

えこひいきパワー
連れていきたくなる

連れて行ったら
株上がるぜ



語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・ 小さなころに食べた駄菓子をお土産に
- ・ 輪投げや射的、めんこなどのゲーム体験
- ・ ビックリマンシールのような体裁のシール
- ・ 単語帳カードのようなメニューブック



少し解説

懐メロを聞くと当時を思い出すように、懐かしグッズに触れると当時を思い出して感情が動きます。「子どもの頃に遊んだね」と昔話もしたくなるものです。

共感リアクション
ノスタルジー体験

③



語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

「他店では個別のアレルギー対応を断られたのに、このお店では丁寧に対応してくれた」
 「他店では開店まで外で待たされるけど、このお店では待合席でお茶も出してくれる」
 「他店にはなかったのに、ココにはあった」



少し解説

比較は話題にしやすいネタです。「他店はこうだったけど、このお店はこうだ」って。それが「嬉しい・哀しい」などの感情に絡んでいると、共感してほしいフレーズとして活躍します。

他店はダメだったのに
 このお店はしてくれてた



語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

図解すると

語るきっかけ
(うんちく/飛び道具/共感体験など)

語れるフレーズ
(記憶に残る/リアクション見込める話材)

好き・誇れるお店
(お店が好き・お客さんであることを誇れる)

少し解説

インパクトのある企画やSNS映えする商品は「語るきっかけ」になります。でも、本当に商売の力になる口コミは土台から積み上げてこそ。あなたのお店のお客さんであることを、誇れますか？

©はびっく

積み上げてこそ
口コミ繁盛は

土台が
だいじ



儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 021

語れるフレーズ

語るきっかけ

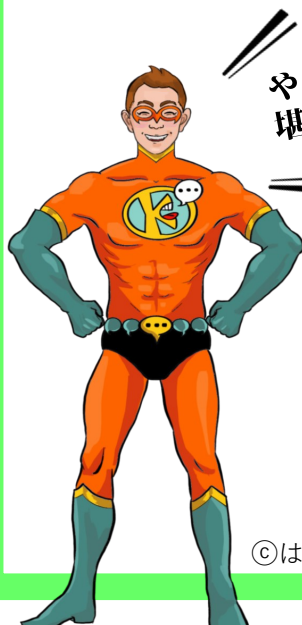
条件・法則

手応え

他

たとえば

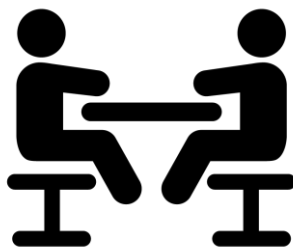
- お客様が、これまで以上にじっくりと堪能してくれている
- お客様と、商品の凄みについての会話が増えてきた（納得してもらえた）
- お客様から、商品や凄みに関する質問が増えてきた
- お客様が「へえ！」「スゴイ！」と言ってくれる！
- お客様が写真を撮っている



やった!
堪能してくれてる

少し解説

口コミは見えないものですが、兆しが見えると取り組みに自信が持てます。店内でのお客様の様子からも兆しは見えるものですよ。



口コミの兆し
まずは店内で発見

①

語れるフレーズ

語るきっかけ

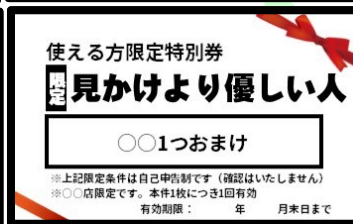
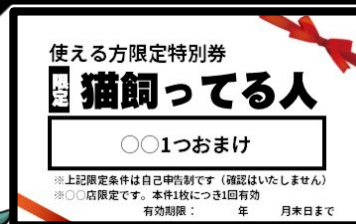
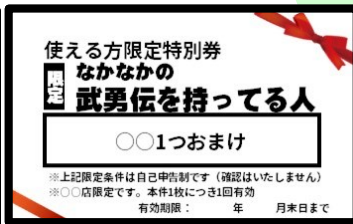
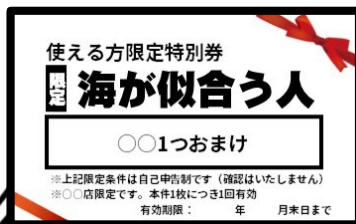
条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・海が似合う人限定
- ・なかなかの武勇伝を持っている人限定
- ・猫飼ってる人限定
- ・見かけより優しい人限定



同様の
〇〇君向け!



少し解説

「これはあの人向けだ」と顔が思い浮かべば口コミのチャンスになります。ご来店のお客さまにお渡しするクーポン券を使える方を限定にして、複数枚お渡ししては？

「あの人向けだ」
思い浮かべば口コミ

儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 023

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・ 知人が「カレーパンが好き」と知る
- ・ 知人が「イベントの幹事になった」と知る
- ・ 知人が「〇〇地方へ旅行に行く」と知る
- ・ 知人が「大好きな〇〇を食べられるお店が見つからない」と知る



少し解説

知り合いが「カレーパンが好き」だと知れば「そういえばあのお店の…」とおすすめ店が思い出される。知人の好きなもの・願い・悩みなどを起点に、脳内検索が始まる。これが紹介の第1パターンです。

©はびっく

紹介の瞬間(その1)
知人の願いから想起



語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・びっくりするほど柔らかい
- ・びっくりするほど●●が多い
- ・ズバ抜けて大きい！小さい！
- ・ズバ抜けて高い
- ・ものすごく細かい・量が多い！



少し解説

これまで体験してきた中でズバ抜けてスゴイ何かがあればしゃべりやすい。これまでの体験と比較できることが肝なので、既存の一般的な商品×ズバ抜け感を作れないか、考えましょう。

びっく[!]り！
ズバ抜けてスゴイ型

びっく[!]り！
こんなに？



儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 025

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

図解すると

- ・ お連れ様がトイレに行かれた時に
「お連れ様、日本酒にお詳しいんですね」
「お連れ様がスタッフをほめて下さり
とても喜んでいました」
「お連れ様の味わい方に、板前も喜んで
張り切っております」

褒められ
てたよ!



少し解説

陰口は伝わるもの。悪口だけでなく褒め口も。ならばご本人がいない所でたっぷりと褒めてみては？もちろんウソはダメ。本心だけですよ。

褒め口で！
陰口するならば

儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 026

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ネットやSNSへの投稿が見られた
- リピーターのお客さまとの会話が増えた
- お客さまから頂ける声が増えてきた
- リピーターさまの来店頻度が高まってきた
- イチオシ商品の販売数が伸びている
(比率が高まっている)
- 値引き目当てじゃないお客さまが増えた



頻度が高くなってきてる!

少し解説

口コミは目に見えないもの。だから「兆し」で確認します。お客さまの頭と心の中でお店比率が高まってきたらいい兆し! そもそも好きじゃないお店のことは口コミしませんから。



口コミの兆し
後日の現象を観察
②

儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 027

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

たとえば

- ・ 閉店時間を過ぎていたのに、お店に入れて買い物させてもらった。
- ・ 特別に1つおまけしてくれた。
- ・ 特別に来月のお得な情報を教えてくれた



少し解説

自分だけ特別対応（えこひいき）してもらえと言いたくなりますよね。本当は自分だけじゃなくても、特別感を味わえることが嬉しいのすよね。金銭的な特別感よりも、気もちの特別感。

私だけに！
言いたくなる優越



儲かるの裏側365 意図的な口コミの仕掛け 027

語れるフレーズ

語るきっかけ

条件・法則

手応え

他

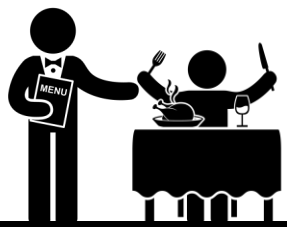
たとえば

- 初めての来店なのに、事前に注文が決まっている
- 初めてお目にかかるお客さまが増えてきた
- リピーターさまが、いつもとは違うお連れ様と来店された
- 「知人から聞いて」と来店されるお客さまが増えてきた
- 贈答用に注文や購入される方が増えてきた
- お店から遠いところから来店下さるお客さまが増えてきた
- 「これこれ!」「ホントだ!」などの声が聞こえてきた
- アンケート「ウチってどんなお店」で狙った言葉
- 口コミサイトへの投稿が増えてきた
- ブログやSNSで投稿する方が増えてきた
- 狙った言葉で紹介してくれる人が増えてきた



少し解説

111



口コミの兆し③
後日の現象を観察

ココ



語れるフレーズ
の仕掛け028



たとえば

「生クリームが鼻についたまま外歩いてたよ」
「人に会うのに、ニンニク増し増ししちゃった」

やっちゃった!

少し解説

自虐ネタがしゃべりやすいのは、自慢
じゃなくて笑い話になるから。商品の
魅力が凄すぎた結果、そうなることも
ありますね。

©はびっく

笑える悲劇・自虐
しゃべりたくなくなるよ



口コミ

語るきっかけ
の仕掛け029



たとえば

- ・お通しなのに、てんこ盛りのお刺身盛り合わせ
- ・お礼状が来店前、予約直後に届く！

このタイミングで？
うれしいっ！

少し解説

通常とは違うタイミングでサービスが提供されると「え？このタイミングで？」と驚きが生じます。それがいい驚きになれば、口コミのチャンスです！



©はびっく

え？今なの？ タイミンダグズらしの術



語るきっかけ
の仕掛け030



たとえば

- ・お土産に、小さなお菓子を3つプレゼント
- ・来店者さまだけに渡す特別券を5枚

使いきれない。
あなたも使う？

少し解説

1つだと自分用ですが、2つ目以降はおすそ分けのチャンスが生まれます。「どこでもらったの？」と会話がはじまれば口コミに。ポイントは「価値がある×自分だけが手にした×一人じゃ使い切れない」です。

©はびっく

一つじゃない！
おすそ分けが始まる



お客さまに
喜んでほしくて
がんばるあなた。

私は大好きです。
応援しますっ！

まきやより

あなたのファンが増える
販促ツールお作りします

初孫ができました。
新人おじいちゃん頑張りますっ！



ファンを増やす販促ツールが欲しくなったら

3秒販促製作所

