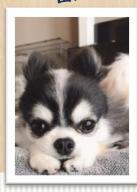
❖ くすりやさんの心理学

今回のテーマ

心理的財布



お正月も勉強尽くしだったので、少しゆっくり寝ようかな~

どうぶつのくすりやさん改め【くすりやさんの心理学】。

またもや3年次後期の期末試験を終えたところで、皆さんにお役立てできそうな「心理学」理論をご紹介いたします。

よろしければ日常の接客にご活用ください。



心理的財布理論 (1986)



今日は心理学の中でも、購買行動における1つの理論をご紹介します。 下記の状況を少し想像してみてください。

パターン1 2万円のスーツを買おうと思ったけど、好きな色は2万5千円だった パターン2 210円のバスで行こうとしたが、時間が無くタクシーで800円かかった

パターン 1 は5000円の差、パターン 2 は590円の差。 でもパターン2の方が、もったいない・・・と思いませんか?

実は、**実質的なお財布は1つでも、使用目的、商品ごとに異なった心の財布** (=心理的財布)を持っているものなのです。

■心理的財布のセグメントと例

【商品間】

■商品は違うが人が同じ

(異なる商品) ■商品も使う人も違う

「私は洋服にはお金をかけるが、 交通費にはお金をかけない」

「夫はゴルフにはお金を使うが、ワインには一切使わない。 妻はワインにはお金を使うが、ゴルフ

には一切使わない」

_ 【個人間】 (使う人が異なる人)

■商品も人も同じ ■商品は同じで人は違う

「10万円のカーペット。 普段なら買えないが、 新築の一軒家を建てた時ならなんてことない」

「飲み代に1万円。夫は平気で使うが、専業主婦の妻にとっては、外食で1万円なんてとんでもない!」

【商品内】 (商品が同じ)

(商品か同

【心理的財布から言えること】

- ◆人によって持っている財布の大きさや種類が違う
- ●物は同じでも違う財布から支出されることもある
- ●特定の財布が拡大したりする

(例:旅行の時はいつもは買わないものを買ったりする)

皆さんも思いあたる節はありませんか?心理的財布は個人によってその時によって違うので、うまく 状況を理解すると、日頃のOTCの購買促進、ご夫婦のけんか?!にも役立つかもしれません。

【個人内】

(使う人が同じ)

薬局で応用するとしたら・・・

少し高価なサプリメントをおすすめするとき、商品も人も同じなので、「**別の種類の価値観や期待を促す」**と良いでしょう。例えば「総合栄養補給」のサプリメントの場合、健康維持が目的です。しかし、「この中にはお肌の代謝をよくするビタミン B 群や抗酸化作用のあるビタミン C も配合されているので、美容にも良いですよ」と美容目的の期待をアドバイス。

または、**異なる人の財布を使う**ために「ご自身だけではなくお子様も服用いただけますよ」と、アドバイスをする。 <u>患者さん対応の正解は一つではありませんが、ご参考までに</u>♪