

非強制的なマーケティング 入門書

支配を手放し人々を信頼することに根ざした
新しいマーケティングの哲学。

黄金律をアップグレードする

つい先日、マーケティングの新しい哲学を発見しました。
その哲学を「非強制的なマーケティング」と呼ぶことにします。

僕は、従来の古びたマーケティングとの関係において、いくつかの有害な感情パターンを克服した後、偶然この方法に行き着きました。

その中で自分自身を信頼することを学び、もはや自分に対してコントロールの力を使わないようにしたところ、いくつかの驚くべき副作用が生まれました。

従来の古びたマーケティング世界の表面下に潜む不信と強制に気づき始めたのです。それは100年前からずっとそこにありました。自己との関係を癒し始めることでそれがハッキリと見えるようになったのです。

この哲学は、インターネットの感情的な風景を根本的に作り直すことを目的としています。

すべてのマーケティングと同様に、この哲学は、特に個人事業やクリエイタースタイルのビジネスにおいて、新しい顧客を発見し、創造することを目的としています。

この新しい非強制的なマーケティングは、信頼、つながり、権限の3つがますます希薄になる従来の古びたマーケティングの世界を再生させるために考案され設計されています。

このレポートは、非強制的なマーケティングの根底にある原則と仕組みについての入門書です。

従来のマーケティングと非強制的なアプローチを対比させながら、ハイレベルな概要を説明することを意図しています。

この非強制的なマーケティングの哲学は、新しく、実験的で、危険なものです。

非強制的なマーケティングは、私たちが探求し始めたばかりの広大でワイルドな未開のフロンティアだと考えています。

つまり、このアプローチは、確実性、コントロール、または快適さを最大化しようとするマーケティング担当者向けではありません。

むしろ、従来のマーケティングに馴染めず、その型にはめることに疲れてしまった人たちのためのものです。

そして、フロンティアに足を踏み入れ、うまくいかないかもしれないことを試し、私たちの生活や顧客の生活を豊かにし、将来の世代のために世界をより良くするようなビジネスのやり方に向かって、繰り返し挑戦する勇気のある人たちのものです。

それが非強制的なマーケティングの目指すところ です。

これは、たわごとで商品を守るためのより倫理的で気分の良い方法ではありません。

これは、従来のマーケティングをより親しみやすいものにするものでもありません。

これは、より美しい未来に向かってドミノ倒しを始めることを目的とした、第一原理からの根本的なマーケティングの見直しです。

非強制的なマーケティングは、人々が自分自身のために権限を与えられた決定を下すことができ、またそれを自分自身の時間で行えるような状況を作り出します。

非強制的なマーケティングは、人々を説得したり、操作したり、せがんだりして、強要したりしません。

それは単に新しい扉を開き、その扉の向こうにあるものについて真実を伝え、適切な人々が準備ができたときに踏み出すことを信頼するだけです。

このように、非強制的なマーケティングは、人々をコントロール支配しようとするのをやめ、彼らが自分自身の権威であることを奨励すれば、有機的で相互に豊かな取引につながる肯定的なサークルの関係を構築できるという考えに根ざした信仰の跳躍です。

この関係性への転換は、人類が抱える多くの問題の根底に横たわる感情的な心の傷を癒す方法の核心でもあります。

これを9つの基本原則と指令に分割し、それぞれを深く掘り下げていこうと思います。

これが基本原則です。

- 1 満足して力を与えられた顧客のために最適化する
- 2 コントロールを放棄し出現を受け入れる
- 3 権限を譲る
- 4 人々を手段ではなく目的として扱う
- 5 十分であること
- 6 長いゲームをする
- 7 怖くても本当のことを言う
- 8 最後通告ではなく招待状を作成する
- 9 完全かつ無条件に信頼する

それぞれについて、伝統的なマーケティングの暗黒面に関するいくつかの洞察を共有し、それを非強制的なマーケティングがどのように機能するかを対比させたいと思います。

満足して力を与えられた顧客のために最適化する

従来のマーケティングの仕事は、安定した新規顧客の流れを作り出すことでした。

しかし、顧客のタイプや、購入の意思決定を行う際の感情的な状態を区別することは、ほとんどありません。

従来のマーケティングではこの区別がつかないため、多くの場合、質よりも量に重点が置かれます。

そして、それが誰であろうと、どのような方法であろうと、できるだけ多くの数字を作り出そうと目指しています。

非強制的なマーケティングとは、幸せで力を与えられた顧客を創造することです。

幸せな顧客とは、あなたと取引できたことを喜んでいる人のことです。

あなたとのやり取りを通じて、尊敬され、見られ、あなたの製品が彼らにとって最良の選択肢であると確信した人です。

力（権限）を与えられた顧客とは、不安からではなく、自信から取引を選択する人のことです。

言い換えれば、それは彼らにとって「はい」という決断であり、完全な状態からなされたものなのです。

幸福と権限の両方を最適化すると、最高レベルの顧客を獲得することができます。

あなたの仕事を真摯に受け止め、友人に伝え、何年も買い続けてくれる人たちです。

つまり、非強制的なマーケティングとは、真の生涯のファンを作ることを目的としているのです。

コントロールを放棄し出現を受け入れる

従来のマーケティングは、可能な限り多くの確実性を生み出すことを目的としています。

それは、オファー取引を確実かつ体系的な方法で、自分のタイムライン上に実現しようとすることです。

その結果、従来の伝統的なマーケティングには公式と段階的な仕掛けがふんだんに盛り込まれています。

目的の結果を達成するために特定の一連の手順を介して人間の心理学を利用し集中させることができるという考えに基づいて構築されています。

あなたの目標が幸せで力を与えられた顧客ではなく、ただただ数字の集客をすることが目的であれば、有効な手段であることは言うまでもありません。

一方、非強制的なマーケティングは、不快な真実に根ざしています。

感情的なつながり、共鳴そして信頼は、幸せで力を与えられた顧客のための要素ですが、従来の公式には従っていません。

あなたの世界に足を踏み入れた人は、一人一人それぞれ異なる独自の感情的な風景を持ち、さまざまな旅の途中の異なる瞬間にいるユニークな個人です。

一握りの人々は、ある瞬間にあなたと権限を与えられた取引をする準備ができているかもしれませんが、大多数の人々はまだそこに到達しておらず、集団として彼らを権限の場所に移動させる単一の経路は存在しません。それは、常に個人の自由な選択の旅路なのです。

非強制的なマーケティングとは、感情的なつながりと信頼が、それぞれの時間とやり方で、一人ひとりに起こるような状況を作り出すことです。

それは、多くの可能な道がある楽しい世界を創造し、人々が自分に最も適した方法で世界をナビゲートする自由を与えることです。

このモデルでは、いつ、どのように取引が行われるかは、ほとんど制御できません。私たちのコントロールの及ばないところでは。

むしろ、それらは、私たちの想像をはるかに超えた複雑で制御不能なシステムから生まれる副産物なのです。

権限を譲る

従来の伝統的なマーケティングは、権威主義的な傾向に根ざしています。

それは、議題（深い悩み）を上から設定し、できるだけ多くの人々を可能な限りコントロールすることです。

企業やマーケティング担当者は、自分たちが「市場」にとって何がベストかについての最終的な権威であるという前提から始まり、あらゆる種類の感情的なツールを使用して人々を自分たちの「正しい」道へと導きます。それが「ファネル」です。

ファネルとは、ユーザーの注意を引き、ユーザーを意思決定へと導くために設計された一連のステップのことです。

企業が決めたものを、あなたが欲しくなるように説得することです。

つまり、従来の伝統的なマーケティングは、人々の主体性と、自分自身で意味のある熟考された決断をする能力を無意識に奪おうとするものなのです。

非強制的なマーケティングは、人々をコントロールしようとすることは非倫理的であるという立場から始まります。

それはまた、人間の複雑さと多様性を認識し、自分が誰かのために正しい答えを導き出せると考えるのは無駄であると考えます。

そして、自分が他人よりも賢く、賢明で、思慮深いと信じて行動することは自滅的であり、断絶と憤慨を確実にもたらすことを認識しています。

非強制的なマーケティングは、外部の権威を常に探して検証す

るのではなく、人々が自分自身の生活の中で最大の権威であるように力を与えることに努めています。

たとえ競合他社を選んだとしても、あるいは何も買わなかったとしても、人々が自分にとって最善の決断を下すことを信頼することです。

従来のマーケティングでは、あなたとの取引以外の結果はすべて失敗です。

非強制的なマーケティングでは、権限を与えられた決定または非決定は成功です。

あなたが権威を譲り、人々を信頼すると、あなたの周りの世界に感情的な波紋が広がります。

あなたは、市場で最も信頼できる選択肢とみなされるようになります。

あなたと取引しないことを選択した人たちでさえ、あなたに好感を持ち、口コミが生まれるのです。

そして、あなたと取引をすることを選んだ人たちは、真に力を得たところからそうするようになります。

その取引は、彼らにとってより意味のあるものとなり、より深く、より長期的な関係へとつながっていくのです。

人々を手段ではなく目的として扱う

従来のマーケティングでは、人々は目的に対する手段とみなされてきました。

人々は、主に取引の燃料として存在します。

これは、従来のマーケティングがデータと最適化への執着に最も固執していることに顕著に表れています。

データを扱っていると、マーケティングプロセスが非個人化されやすくなり、黄金律に反する方法で人々を扱いやすくなります。

しかし、それを正当化するのは簡単です。

なぜなら、到達すべき目標があり、コンバージョン率を高めるための手段が人々であるからです。

結局のところ、あなたが扱っているのは人ではなく、抽象的で無限に変更可能な順応性のある数字なのです。

非強制的なマーケティングでは、私たちの世界に入ってきたすべての人を、たとえ私たちと取引をしないとしても、そしてこれからも取引をすることがないとしても、それ自体が目的であるかのように扱います。

言い換えれば、誰もが固有の独自性、主体性、価値を備えた唯一無二のユニークな個人であることを認識し、それに応じて行動することです。

十分であること

現代のビジネスのイデオロギーは、常に成長していなければ、失敗しているということです。

収益、フォロワー、影響力を10倍にしなければ、あなたは無関係であり、会話に参加する価値がありません。

現代のビジネスでは「十分」という言葉は存在しません。

どんな犠牲を払ってでも、無限の成長を遂げることが神聖視されているのです。

(注意してください：これはたまたま癌のイデオロギーでもあります。)

従来のマーケティングは、無限の成長をめざす戦争の歩兵です。その主要な道具は、武器化された人々の不安であり、人々に今の現状のままでは十分でないと信じ込ませることで

それは工業化されたマシンであり、完璧な家、車、休暇、ビジネス、生産性システムなどを手に入れたら、われわれの感情的な欲求（ニーズ）が最終的にどのように満たされるかについての夢の物語を生み出し量産され続けています。

しかし、熱烈な消費者なら誰でも知っているように、これらのおとぎ話を信じ、浪費を通じて十分なものを追い求めることは、空虚と絶望への道です。

簡単に言えば、私たちは「決して十分ではない」というビジネスの基盤の上に構築されている世界に住んで生きているのです。

そして彼らは消費者に「決して十分ではない」と思わせ納得させることで、この終わりのない飢餓感を煽っているのです。

これは、現代の資本主義の根底の中心にある感情的な死のスパイラルです。

非強制的なマーケティングは、事業主やマーケターであるあなた自身が「すでに十分である」という前提から始まります。

ビジネスを成長させることは楽しく、やりがいがあり、意義深いことですが、それは完全性や自尊心の必要条件ではないことを認めています。

多くの場合、あなたができる最も勇気ある、人生を肯定する選択は、成長をめぐる模倣的な期待から脱却し、自分自身で「十分である」と定義し、実際にそこに到達したらそれを楽しむことを選択することです。

これこそ究極の反社会的な動きです。

また、非強制的なマーケティングでは、ビジネスパートナーから潜在的な顧客まで、あなたと関わるすべての人が「十分である」という前提から始まります。

確かに、私たちは皆、痛みや不安、感情的な重荷を何層にもわたって抱えています。

人間である以上、それはつきものです。

しかし、そのすべての根底にあるのは、本質的な善意と完全性です。

非強制的なマーケティング担当者として、私たちは販売促進のために不安を煽ったり、新たな不安を作ったりすることはありません。

私たちは、誰もが本来持っている「十分さ」を見抜き、その部分に直接語りかけるように努めます。

それは、あたかも人々がすでに十分であるかのように語りかけ、それが真実であると信頼し始めるための時間と空間を与えるこ

とで潜在的な顧客自身が力強い決断を可能にする方法の核心となるものです。

長いゲームをする

従来のマーケティングは、短期的な成果や収益に執着しています。

今月、あるいは今四半期に特定の目標ターゲットを達成することです。

重要な数値を定義し、それらの数字をできるだけ早く上げることです。

また、無限の成長を期待するあまり、従来の伝統的なマーケティングは、短期間のキャンペーンから別のキャンペーンへと次々に飛び移ることが多いのが特徴です。そして永遠に…。

これは、従来のマーケティングのデータ重視が意図しない悪影響を生み出すもう 1 つの領域です。

データは、あなたの世界にいる個々の人々の感情的な状態に盲目で見抜くことができないのです。

たとえあなたのマーケティング活動の努力が水面下で機能し功を奏し、人々がより深い信頼と権限に向かっているとしても、それは分析ダッシュボードには反映されません。

そのため、短期的な収益と成長を優先し、長期的な関係を犠牲にした消極的な戦術変更につながるものがよくあります。

非強制的なマーケティングは、あなたの世界に入り込んでくる大多数の人々が、現在、信頼できる権限を与えられた状態からあなたと取引する準備ができていないことを認識しています。

そのため、長期的な関係や友好関係を築くために最適化するのはです。

それは、人々が長期的に住みたくなり、より深く旅したくなるような世界を構築することです。

それは、あなたの空間とあなたの周りの人々の生活の中で、常に寛大な存在であることです。

そして、今から10分後であろうと10ヶ月後であろうと、誰かが権限を与えられた決定の決断をするとき、その人があなたとの取引方法を正確に知っていることを確認することなのです。

怖くても本当のことを言う

従来のマーケティングとは、販売するために必要なことを伝えるというものでした。

そのため多くの場合、不都合な事実を省略したり、真実を曲げたりすることにつながります。

よくある例としては、過剰な期待と約束の誇大広告、本物ではない評価の着用、専門知識と経験を人為的に膨らませる誇張、不足しているという誤った幻想の創造などが挙げられます。

従来のマーケティングが購入者の人々に後悔を残す理由はさまざまです。たとえ微妙な方法であっても、虚偽の商品を人々に売りつけることは、最も悪い原因の1つです。

非強制的なマーケティングとは、根本的な正直さに関するものです。たとえそれが人気がなく、お世辞でも、不安をかき立てるものであっても、本当のことを言う勇気を持つことです。

それは、ほとんどのマーケティングが真正でないパフォーマンスアートである世界で、あなたが目立ち、仲間を見つけ、深い関係を築くことができる方法だからです。

それは、あなたが誰であるか、どこから来たのか、どこにいるのか、そしてあなたにとって何が重要なのかについて、真実を伝えることを意味します。

もし、あなたが専門家でないなら、そう言ってください。
もし、あなたの信念が他の人と違うなら、そう言えばいいのです。

それは、あなたが作成した製品やサービス、それらがどのように機能するか、なぜそれらを作成したかについて真実を伝えることを意味します。

そして、あなたの仕事が誰のためのもので、誰のためでないのか、人々がどのような結果を達成し、現実的に達成できる可能性があるのかについて、正直に話すということです。

そして、もしあなたが確信が持てない、または具体的な約束をすることができないのであれば、そのことについても真実を話すことを意味します。

非強制的なマーケティングの目標は、あなたの世界に入るすべての人に、彼らが権限を与えられた決定を下すために必要なすべての情報を提供することです。

隠したりしない。誇張もしない。でたらめも言わない。
ただ真実だけ。

最後通告ではなく招待状を作成する

従来のマーケティングやセールスは、今すぐ売り込むことを目的としています。

「オファー」や「セールスメッセージ」を作成する仕組み（メカニズム）について調べたことがある人なら、それが人々の感情的な心理レバーを引くことであり、そして人々の意思決定能力をショートさせ、その場で「はい」と言わせるような条件を積み重ねることであることを知っているはずです。

適切にうまく調整されたオファーを受ける側に立つと「はい」と言わなければならない最後通告のように感じられます。

「いいえ」と言えば、あなたの人生に苦痛の波紋が広がるような気分になるように巧妙に設計されているのです。

従来のマーケティング担当者がこのようにするのは、すべての人々をゼロサムゲームとみなしているからです。

もし、彼らがあなたをできるだけ早く販売ゴールのフィニッシュ決済ボタンに到達させなければ、他のマーケターがあなたの財布の中の貴重な資源を先に引き出すかも知れないのです。

そんなことは許されないですよ？

対照的に、非強制的なマーケティングは、感情的なプレッシャーをを与えず、積極的にそれを和らげようとしています。

もしも、あなたが販売しているものに、ライブイベントやコーチングなど、何らかの時間的制約がある場合、多少のプレッシャーは避けられないでしょう。

しかし、それ以外の場合、非強制的なマーケティングでは、感情的な即断決定を迫られるような場所にあなたを置くことは決してありません。オファーや最後通告の代わりに、非強制的なマーケティングは招待状で行います。

招待状は友好的で制限のない、前向きな肯定的なサークルです。

それは、あなたにとって適切でないかもしれない行動を取るためにあなたを説得しようとはしません。

招待状は、あなたが本当に望むなら、あなた自身の時間に、あなたが通ることが出来るドアを示すだけです。

「これは僕が作ったもので、これがその真実です。もしあなたが僕に共感してくれるなら、いつでもこのサークルに参加してください。そうでなくても、それはそれでいいんだ。僕はあなたの決断を尊重しています！」

完全かつ無条件に信頼する

何よりも非強制的なマーケティングは信頼に根ざしています。それがこの哲学全体の結論です。

伝統的なマーケティングは、ほぼすべての面で、不信感の場所から出発して機能します。

非強制的なマーケティングは、たとえそれが恐ろしいものであっても、常に信頼することを前提にしています。

信頼とは本質的に傷つきやすい行為です。

なぜなら、信頼とは他者からベストを尽くしてもらうことであり、それに従って行動することですが、私たちは誰についてもその動機についても、完全に安心できるほどの情報を得ることはできないからです。

もし、傷つく可能性が本当になれば信頼は必要ないでしょう。

この非強制的なシステム全体がその感情的な魔法を働かせることができるのは、信仰の跳躍なのです。

私たちが誰かを完全に無条件に信頼するとき、それが力を与えるという感覚を生み出します。

そしてそれが、人々が自分自身をより信頼し、信用できるようにする条件を作り出します。

それが信頼のギャップを埋める方法です。
私たちが勇気を出して先に行くことによって。

自分を完全に信頼してください。

あなたは十分であり、あなたのビジネスで何が起ころうとも、あなたは常に十分であると信じてください。

あなたが自分自身について、あなたの製品について、あなたのビジネスについて語る真実はが世界に届き、適切な人々の心に響いて、彼らが顧客になりたいと思うようになることを信じてください。

あなたが現れ喜びとつながりのある場所からゲームに参加してプレイすれば、ゲームはこれまで以上に喜びとつながりであなたを報いることを信じています。

他の人を完全に信頼してください。

彼らがあなたの真実に出会い、それを自分自身で評価することができるように、彼らを信頼してください。

感情的な強制や操作のかけらもなく、彼らが自分自身で権限を与えられた決定を下すことを信頼してください。

そして、すべてをコントロールして管理する必要性を捨てることで、あなたのビジネスと人生の両方で、あなたが望むものを実際に手に入れることができると信じてください。

一言で言えば、それが、非強制的なマーケティングです。

そして、それがインターネットの構造に浸透すれば、すべてが変わり始めると、僕は心から信じています。

飛躍を目指す人へ ひとつことメモ



はじめまして。タカロボです。
最後のページまで来てくれて ありがとう♪

従来のマーケティングは、ここで述べたように、漫画の悪役のようなものです。

それに対して、非強制的なマーケティングはプラトニックな理想的なものです。

僕が言っているような二元論や白黒論では存在しないのです。どちらかといえば、それはより複雑なスペクトル（波動）です。

あなたが行うすべてのマーケティング上の決定は、より信頼できるものにも、より信頼できないものにもなり得ます。それはより強制的であるか、またはより少なくなる可能性があります。

そして、あなたが僕と一緒にこの道を探求するように求められていると感じるなら、ここに非強制的なマーケティングへの移行を開始するための鍵があります。

僕は、風の時代を通して、コントロール支配への執着をほぐし始め、自分自身と他の人を信頼し始めるために、この哲学を自分のビジネスに統合しています。初期の結果は有望です。

そして、まだまだやるべきことがあります。

だから、これを一夜にして変身したかのように描くのは嘘になります。しかし、僕が知っていることは、小さな変化と信念の小さな飛躍が時間の経過とともに積み重なるということです。

昨日よりも少し多く信頼することを決めるたびに、より美しい未来に貢献することができるのです。

そんなわけで、僕と一緒にこのフロンティアであなた自身の小さな飛躍を始めてみてください。

もしあなたが非強制的なマーケティング（完全に無料）を望むなら、この [魔法のリンク](#) をクリックして、いつでもこの哲学の続きに直接飛び込むことができます。

もしそうでなくても、それはそれでいいんだ。
僕はあなたの決断を尊重しています！

あなたに出会えたことに感謝します。

僕はあなたにとっても似ているように感じます...

この哲学は『[1000 True Fans \(真のファン 1000人\)](#)』モデルに深い影響を受け構築されています。

[日本語訳したものを分かりやすく解説した記事はこちら。](#)