

診断コンテンツ導入のメリット

1. 自然な集客力

広告なしでも診断テスト自体が関心を引き、集客を促します。

2. エンゲージメント向上

ページビューやクリック率が上がり、リピーター獲得につながります。

3. コンバージョン率改善

問い合わせや購買を促進し、顧客満足度を向上させます。

4. ブランド価値の向上

面白くて、「当たってる!」診断テストが、信頼を醸成します。

5. バイラル効果

SNSでシェアされやすく、新規顧客へのリーチが広がります。

6. パソナライズドマーケティング

診断結果を活かし、ユーザーごとに最適な提案を実現。

ご依頼から納品までの流れ

※不明点やご質問などは、下のホームページのお問合せ欄より承っております。

1 初回ミーティング

ターゲット層や納期などを確認し、診断の目的を明確化します。

2 コンセプト設計

ご依頼の趣旨に合った診断ロジックのご提案、クライアントの意向に沿ったコンテンツテーマを設定。

3 ロジック構築とラフ案提示

AIと人間の感性を組み合わせ、社会の変化に即した言葉選びで、納得感のある診断を設計します。

4 制作とフィードバック

修正を重ね、高品質なコンテンツに仕上げます。

5 納品とフォローアップ

納品後も柔軟に追加対応いたします。

チャート式 診断サンプル

簡易版 本能資産チェック あなたのタイプは?

この診断テストは本能的ニーズの優先順位に関するエニアグラムの理論をベースにしています。

次の設問に「はい」「いいえ」で答えて、矢印の方向に進んでください。

Q1

休日は人に会うより家にいるのを好む
●はい → Q3
●いいえ → Q2

Q2

仕事以外にも団体やコミュニティに所属し、知り合いが多い
●はい → Q4
●いいえ → Q5

Q3

人混みの中で、知らない人とよく目が合うことがある
●はい → Q5
●いいえ → Q6

Q4

面白いと思ったことにはハマりやすく、夢中になりやすい
●はい → Q7
●いいえ → A

Q5

知り合った人とSNSなどで気軽につながり、人脈が広がりがやすい
●はい → Q7
●いいえ → Q8

Q6

新しいものより、慣れ親しんだものを選びがち
●はい → C
●いいえ → Q8

Q7

深い話ができる少数の集まりが好き
●はい → B
●いいえ → A

Q8

何かに没頭すると、食事の時間も忘れがち
●はい → B
●いいえ → C

A つながりタイプ

社会的な本能が優位の人です。人とのつながりを大切にするタイプ。人付き合いが得意で、他人のために労力を注ぐことができます。豊かな人脈が財産となるでしょう。飾らない自分を心がけると、さらに好印象です。

B 熱中タイプ

刺激と興奮を求める本能が優位の人です。わくわくすることが大好きなタイプ。時代の先端をいくことや好きなことを仕事にするのも向いています。お金の管理は信頼できる人に任せるのが良さそうです。

C 堅実タイプ

身の回りの快適さを求める本能が優位の人です。生活の安定を重視するタイプ。無駄遣いをせず、堅実な投資で、コツコツ蓄財していきます。時には贅沢をして気分転換を楽しむのも良いでしょう。

プロフィール



合同会社パーソナリティ研究所代表 エニアグラムアソシエイツ主宰

中嶋 真澄 (なかじまますみ)

関西学院大学文学部大学院修士課程修了(哲学専攻)。最初の著書『本当の自分を知ったら何でもできる』を出版後、2004年に出版の『魔法の心理テスト』(永岡書店)がベストセラーに。心理テストに関する著書累計120万部を突破。地上波テレビ、インターネットテレビ、ラジオなどでの心理テスト出題監修・出演の経験も豊富。

iモード時代の公式サイトから、モバイル端末用アプリ、Webサイト、SNSと、IT時代の流れに対応し、時代や社会の変化とそれに伴う人々の心理の変化をも見据えながら、診断コンテンツ制作を続けている。エニアグラムと呼ばれる性格分析法を中心とした独自の性格研究をライフワークとしている。

RYT(米国ヨガアライアンス)200取得のヨガインストラクター、日本易道学校で周易を学んだ易占家、マインドフルネス低減法・マインドフルネスコンパッションヨガ指導者。趣味は、筋トレ、ロードバイク。

書籍のご紹介

心理テスト本累計120万部 著書の一部をご紹介します。



お問合せ・ご依頼
こちらからどうぞ

中嶋真澄公式サイト

<https://majika-nakajima.com/>

ホームページは
こちらから →

まじかなかじま

