

SHOKOKAI

12

December 2017

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

特集

ビジネスチャンス を逃さない

わたしのふるさと
フォークシンガー 南こうせつさん

地域を訪ねて
鬼と大地が踊るおが!
秋田県男鹿市

商品を変えず、
人も増やさず、
リピーターを増やす



接客戦略

藤村純子

vol. 09

先読みトーク① トークを磨いて、全員で接客すれば営業力になる！

誰でも65点のトークが
身につく3つのツール

前回ご紹介した「先読みトーク」を身につけるために、「先読塾」というセミナーを開催し、3つのツールを作成しています。

1つ目はお客様に見せてトークを補強する「スマイルファイル」、2つ目は「トークマニュアル」、そして3つ目は「設計図」です。設計図は、スタッフが今何を見せ、何を使い、何を話し、ゴールは何かが明確にわかる指示書になっています。一般的な営業フローでは



スマイルファイル（左）とトークマニュアル

「アプローチ」「ヒアリング」「プレゼン」「クロージング」がありますが、先読塾ではお客様に接している部分の「ヒアリング・プレゼン」のみに絞り、段階ごとのゴール設定をしています。

今回ご紹介するのは、先読塾へ参加した、央2株式会社が開発するリフォーム部門「R2HOME」のケースです。

まずは、あまり使っていないかった営業ツールを、フローに合わせて時系列で整理し直し、実際の施工事例や数値を記載したスマイルファイルを作成。その内容に合わせて、段階ごとにどんなトークがお客様に響くかを話し合い、事務や設計担当者でもトークで65点の営業ができるトークマニュアルをつくりました。

たとえば、「一言挨拶」として「こんにちはは+本日はお足元が悪いなかがありがとうございます」、〃誉め言葉〃として「〇〇様、秋色のスカーフがとても素敵ですね」、〃近隣情報〃として「〇〇通りが工事

で渋滞していましたが、問題ありませんでしたか？」など。文例をたくさんつくって練習しておけば、口下手な方でも会話につながります。加えて、同社の強みも整理して、文例のなかに入れました。

自社の強みを理解し、顧客への提案に自信

店長を中心にロールプレイングを繰り返し、スタッフのトーク・接客スキルは確実に向上。お客様からは「よい提案をしてくれたので施工をお願いします」「知り合いに紹介します」とのうれしい言葉が。スタッフも「自社の強みがしつかり理解できた」「きちんと提案できるようになった」と自信をもつて接客できるようになった。こうしたスタッフの変化・成長が何よりの成果といえるかもしれません。

また、トークマニュアルやスマイルファイルは新しいスタッフへの教育資料としても役立てているとのこと。おもしろいのは、近隣情報を集めるために出向いた飲食

店から、リフォームの依頼をいただけたそうです。

先読みトークを磨けば、早い段階で自社の強みをしっかりとPRでき、次にお客様と面談するとき、最初からより濃い内容の話ができるうえに、強みに納得いただいているので価格競争にも巻き込まれません。そしてツールを活用することで、営業以外のスタッフでも接客に自信が生まれ、モチベーションアップも期待できるのです。何より大切なことは、つくったツールを用いて根付かせ活動（練習）をすることです！



ふじむら・じゅんこ

リピーターづくりの専門家。接客戦略コンサルタント。BMLビジネススマナー研究所株式会社代表取締役。一般社団法人日本接客リーダー育成協会理事長。著書『「期待以上」と思われるプロの接客作法』（明日香出版社）は14刷、メルマガは1300人の経営者に読まれている。