

SHOKOKAI

6

June 2018

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

特集

消費者の ニーズをつかめ

地域を訪ねて

城と溪谷の里山。
千葉県夷隅郡大多喜町

わたしのふるさと

タレント 照英さん

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

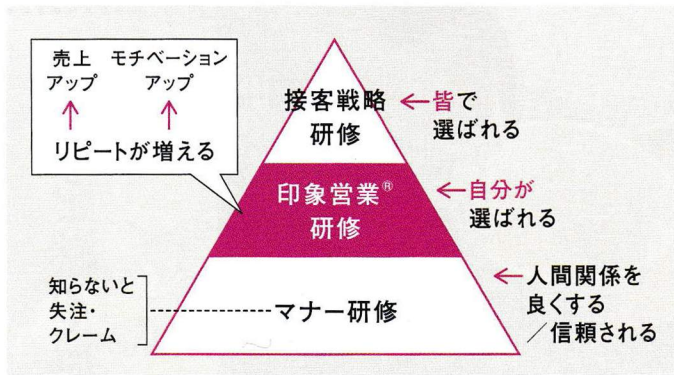
藤村純子

vol.
15

自分を整え、印象力をアップするための 「あ・い・う・え・お」の「う」とは？

商品価値は扱う人によって
上がりも下がりもある

今回ご紹介する「う」は、動きはキビキビ。あなたの印象はすべての動作、つまり立ち居振る舞いや返事の仕方大きく変わります。たとえばTVコマercialで手の



パーツモデル、いわゆる「手タレ」が活躍しているのは、手そのものはもちろん、所作も美しい手タレに商品価値が上がる（少なくとも安く見積もられない）からです。

立ち居振る舞いで求められるのはエレガントさ。「風をたてない」「音をたてない」「ぶつからない」、この3つのポイントに気をつけるだけで自然にワンランク上の動きができます。

美しい姿勢の基本は背筋をピンと伸ばし、手元、足元を意識すること。そして、単にキレイなお辞儀や立ち方、歩き方だけでなく、あわせて意識したいのが「お客様が求めるスピードであるか」ということです。お客様が急いでいるときに、美しいからといってゆっくりマニアル通りの対応をしていたのでは「なんて気の利かない店員なんだろう」と思われ、所作は美しいのに印象は悪い、という結果になってしまいます。逆にお客様がゆったり商品を見たい、と

いうときに必要以上にキビキビ動いてしまうと、急かしているような印象を与えてしまうので注意が必要です。

「気働き」で、商品の価値も
あなたの価値も高まる

重い荷物をもった方が来店したら、「おもちしましょうか」「お預かりしましょうか」と声をかける。車イスのお客様であれば、素早く駆け寄りドアを押さえる、通路を確保する。雨が降っていたらタオルを貸す、服についた水滴を拭く、などなど。

接客がよい＝気働きができていて、ともいえます。お客様が何を求めているか、何をされたらうれしいか、ということにつねにアンテナを張って対応することが、印象アップにつながります。

逆に動作がエレガントでも返事の仕方一つで「悪い接客」という印象を与えかねません。お客様に声をかけられたら返事は素早く、明るく。呼ばれて少し間を置いて

から「はい」と返事をするのと、間髪いれず「はい！ ただ今まいります」ではどちらがお客様に好印象を与えるか、いうまでもありませんよね。

お客様に頼まれたことは結局やるしかないのです。であれば気持ちよく返事をして、キビキビと取り組んだほうがお互いプラスになると思いませんか。そんな一つ一つの対応の積み重ねが、必ず次の仕事にもつながっていきます。

接客は商品の一部です。商品の価値を正しく、あるいは価値を高めてお客様に届けられるよう印象力アップに取り組みしましょう。



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。