

SHOKOKAI

11

November 2018

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

特集

旋風を巻き起こす!

青年部・女性部企業



地域を訪ねて

太古のロマンに魅せられて。

大阪府羽曳野市

わたしのふるさと

お笑い芸人 宮川大輔さん



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

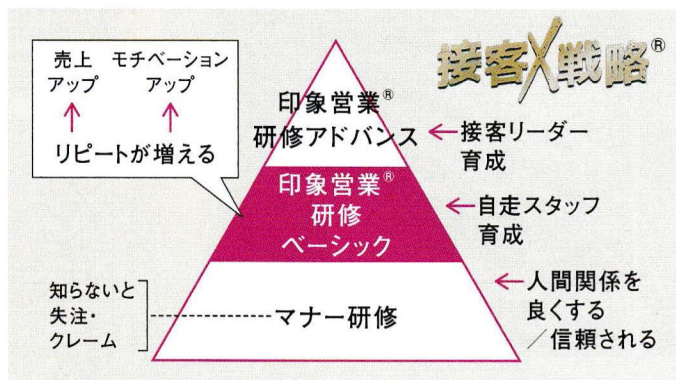
藤村純子

vol. 20

自分を整え、印象力をアップするための
話し方の「か・き・く・け・こ」の「く」とは？

今回ご紹介する「く」は、「区切って、会話のキャッチボールを」。

店員さんは情報や知識をもっていますから、お客様に商品について何か聞かれると、少しでも多くのメリットや特徴を伝えようとしてしまいます。ですが、多すぎる情報はお客様にとっては迷惑なことも。適度な長さで区切り、会話の



キャッチボールをしていくことが大切です。

会話の目安は40文字程度

たとえば、服飾店でおすすめの商品が聞かれたとします。ストー
ルが一押し商品であること、本日
入荷したばかりなこと、もう残り
1点なこと、ほしい色がない場合
は他店に問い合わせれば在庫があ
るかもしれないこと、これらを一
度にお客様に伝えようとすると軽
く100文字オーバー。お客様は
会話についていくだけでも大変で
す。会話を適度な長さで区切りな
がら、会話のキャッチボールを行
うと次のようになります。

「はい、こちらのストールがおす
すめなのですが、在庫は残り1点
となりました」。これで34文字で
す。ここで、お客様に「よろしけ
れば羽織ってみませんか？」とボ
ールを渡します。ここで色違いは
あるかと尋ねられたら「はい、ほ
かにはブラックとブラウンござ
いますが、当店ではすでに完売し

てしまいました」。これで40文字。
そして「他店に問い合わせてみま
しょうか？」と、ふたたびお客様
にボールを預け、キャッチボール
を続けていきます。

1回答に1内容を指して

会話を短くするポイントはい
たいことをあれもこれも詰め込
むのではなく、1回答につきでき
れば1つ、多くても2つまでの内
容に留めることです。内容は少な
ければ少ないほどお客様の頭にス
ット入っていきます。「それから、
別件ですが、先日の商品ですが
……」と、立て続けに異なる内容
を伝えようとするとお客様の頭
なかを混乱させるだけで、結局本
当に伝えたいことが理解してもら
えないことになりかねません。

短すぎる回答は無愛想に

一方で最近の傾向として短すぎ
る回答もよく見られます。しかし、
おすすめの聞かれた際に「ストー
ルです」といった返答や、「色違

いは在庫がありません」では、お
客様に「ぶつきらほうで愛想がな
い店員」という印象を与えてしま
います。説明や会話は長すぎても
短すぎてもNG。お客様とアイコ
ンタクトを取りながら話の過不足
を察し、話を続けるべきか会話を
区切るべきかを判断する必要があ
るのです。実際の「キャッチボ
ール」でも相手の動作を見て、次
の行動を準備しますよね。会話も同
様に、お客様の表情やしぐさにも
注意を払いながら、一方的ではな
い「会話」ができるようにチャレ
ンジしてみてください。



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。