

SHOKOKAI

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

4

April 2018

特集

新たな事業への挑戦

地域を訪ねて
豊穡の海に浮かぶ
国境の島へ
長崎県対馬市

わたしのふるさと
女子レスリング選手 伊調 馨さん

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

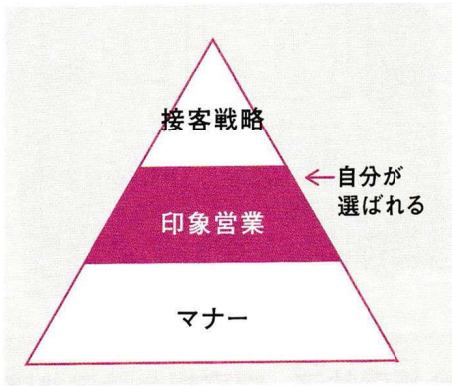
藤村純子

vol. 13

自分を整え、印象力をアップするための「あ・い・う・え・お」の「あ」とは？

お客様に選ばれるために
印象力を上げる「印象営業」

昨年は接客戦略についてご紹介してきた本連載ですが、この1年間は、「印象営業」という考え方について詳しくお伝えしていきま。いわゆるビジネスマナーは、社会人のルールを知り、信頼関係を築く（失わない）ことが目的ですが、「印象営業」は、「お客様を笑顔に！」が目的で、お客様に「あなたが選ばれる」ことがゴールに



なります。

売り上げを伸ばしたいけれど、商品を変えられないし値段も下げられない、販売に携わる人も増やせない……。そんなときにお金も時間もかけずにできること、それはあなた自身を整えて、接客力を磨くことです。

「メラビアン」の法則をご存じですか？ アメリカの心理学者、アルバート・メラビアンが提唱した法則で、人は①身だしなみや態度や表情など目から入る情報55%、②言葉づかいや話し方など耳から入ってくる情報38%、③話の内容そのものの7%、の割合で情報収集をしているというものです。視覚的な情報が非常に大きな割合を占めていますね。つまり、あなた自身を整えるうえで、まずは表情や態度をよりよいものへと変えていく必要があるということなのです。

歓迎のメッセージを伝える
アイコンタクトのコツ

「藤村流」の印象力をアップさせ

るコツは「あ・い・う・え・お」で覚えられます。「あ」が意味するところは「アイコンタクトはやさしく」ということ。アイコンタクトはお客様に対し、「あなたに興味がありますよ」「あなたのことを歓迎していますよ」という2つのメッセージを発信しています。

心のなかでそう思っていたとしても、目を合わせずに挨拶したり、話している最中にずっとメモをとってばかりいては、その思いは伝わらず、むしろ逆のメッセージを送ってしまうことになりかねません。商品説明をするときなども、つつい商品ばかりを見がちですが、基本はお客様の目を見ながら説明することを心がけたいものです。忙しくてきちんと挨拶できないときでも、お客様とアイコンタクトをとっていれば「私はあなたの存在を認識していますよ」というサインにもなります。

- ①お客様がレジに来られたとき、
- ②価格を読み上げるとき、③お金

を受け取る時、④お釣りとレシートをお渡しするとき、⑤商品をお渡しするとき、⑥最後に「ありがとうございました」といときなど、少なくとも6回はアイコンタクトする機会ができるはず。私はそんなにお客様の目を見ていなかった」という方はぜひ試してみてください。

お金も時間もかかりませんが、実は「自分を変える」のは一番難しいことなのかもしれません。ですが、目的を明確にし、意識することで人は確実に変わります。あなた自身を整えるために「あ」から始めてみませんか？



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。