

[会員満足向上運動] 商工会は 行きます 聞きます 提案します

平成29年4月25日発行(毎月25日発行) 第58巻5号通巻694号 昭利36年9月29日第3種郵便物認可

SHOKOKAI

5

May 2017

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

特集

あなたの商品、もっと
売れるようになる！

地域を訪ねて
よぐ来たこと、出羽三山へ。
山形県鶴岡市

わたしのふるさと
発酵学者・東京農業大学名誉教授
小泉武夫さん

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

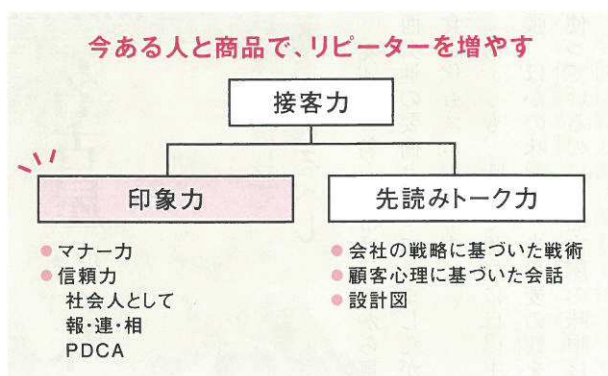
藤村純子

vol. 02

印象力アップ① たかがあいさつ、とあなどるなかれ。

あいさつは
3つのポイントを押さえる

リピーターを増やす接客戦略の柱は「印象力」と「先読みトーク力」の2つです。今回は「印象力」をアップするためにすべきあいさつの心構えとお出迎え・お見送りについて解説したいと思います。



ます。

あいさつは接客の始めの一步。あいさつができないだけで、お客様に「この人はマナーがなっていない（仕事ができない）人だな」という悪い印象を与え、心情的にマイナスからのスタートになってしまいます。あいさつのポイントは3つ。①先にする、②目があったらする、③心を込めてする、たったこれだけです。ですが、たったこれだけのことができていない方が多いのも事実。この3つのあいさつポイントを実践するだけでスムーズな接客を始めることができますので、簡単です。そしてあいさつするときにはつま先をお客様に向ける、つまり体をお客様の方に向けることを心がければより好印象を与えることができます。

人の印象は7秒で決まる

このあいさつをもっとも活用するシーンがお出迎えとお見送りで。人の第一印象は出会ってから7秒で決まり、それを覆すにはそ

の後2時間ものコミュニケーションが必要といわれるほどです。逆にいえばお出迎えのときによい第一印象を与えることができれば接点強化につながります。先ほどのポイントを押さえたあいさつとともに、ドアがあるならそのドアを開けてお客様を招き入れる、お子様連れや荷物が多いお客様なら自分が先に歩き通路を誘導するといった心配りも必要です。

お見送りは体操競技でいえば最後の決めポーズ。「終わりよければすべてよし」という言葉があるように、最後が決まればそれまでの演技（接客）全体がよかったという印象を与えることができます。お買い上げの商品を出口までおもちし、お客様の背中が見えなくなるまでお見送りする、ほかの荷物をおもちしたりドアの開閉をお手伝いしたり、セルフサービスであってもトレイやカゴの回収をお手伝いする、などなど。自分がされてうれしかった、印象に残ったことを実践してみるのもよい方法です。

もちろんお出迎え・お見送りでも「いらっしやいませ」「ありがとうございますございました」というあいさつを、①明るく笑顔で、②目を見て、③感謝の気持ちを込めて、という3つのポイントに配慮したいものです。

やること自体は簡単でも、日々数多く訪れるお客様すべてに対応するのは大変かもしれません。ですが、皆さんにとっては大勢のお客様のなかの一人だとしても、お客様にとってはあなたがお店（会社）の代表として対応していることを決して忘れないでください。



ふじむら・じゅんこ

接客戦略コンサルタント。ビジネスマナー研究所株式会社代表取締役。全国の中小企業などで、接客力アップによるリピーターづくりを支援。著書に、『また来たい！』と思われる接客の小さなコツ』（大和書房）『プロの接客』（KKベストセラーズ）など。