

SHOKOKAI

11

November 2017

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

わたしのふるさと
タレント 奈美悦子さん

地域を訪ねて
飛び立て! 愛知のものづくり
愛知県清須市・丹羽郡大口町・みよし市

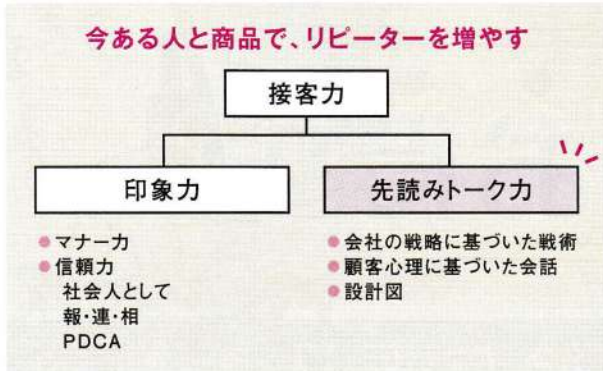
特集

資金調達で 経営をもっと強く

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. 08

「先読みトーク」をプラスして、接客力をより高みに！

「先読みトークマニュアル」
で社員全員を営業マンに

前回までは、お客様に与える「第一印象アップ」を中心とした「印象力」のお話をメインにお伝えしてきました。ですが「接客力」を高めるにはこれだけでは十分とはいえません。好印象をもってもら

った後に重要なのが、いかに自分の会社やお店、商品の強みをお客様に理解してもらうか、ということ

です。せっかくよい印象をもってもらっても、「商品のことは営業がいないとわかりません」では、お客様から「じゃあ、また今度営業さんがいるときにでも」と体よく断られてしまうことに。このようなときの「また今度」は、「さようなら」とほぼ同じ意味であるということをお客に銘じておかなければなりません。

そこで必要となるのが、お客様が質問しそうな内容をあらかじめ「先読み」し、「先読みトークマニュアル」をつくっておくことです。ポイントは、商品のことをよく理解している営業マンのトークを100点とするならば、65点をとれるレベルのトークマニュアルにすることです。誰もが100点を目指すのは非常にハードルが高くなってしまうのですが、このマニュアルをつくる目的は「社員全員を営業マン化すること」。65点であれ

ば営業以外の部署の方でも「私もこれならできそう」と思い、取り組みやすくなります。

細かく目標を設定し 一歩ずつクリアする

もう1つのポイントは目標設定。接客後の最終目標を、少額商品を取り扱っているのなら「商品購入」に。高額商品を扱っているのなら「次のアポイントメントの獲得」に設定します。先読みトークは営業フロアの段階ごとに作成するのが理想ですが、その段階ごとにも目標を設定するのがおすすめです。たとえば第一段階での1番の目標は「着座してトーク」にし、さらに少し難易度の低い2番目の目標として「チラシをお渡しする」とすれば、取り組みやすさがより増していきます。

誰でも65点のトークができれば、営業がないからといってお客様を逃すことが格段に減りますし、お客様が発する「また今度（さようなら）」が「また今度、より詳

しく聞きたい」に変わります。失注は目に見えづらいもの。小さな会社やお店では、1つの仕事を経営に与える影響が大企業より大きくなりますから、営業は営業マンまかせではなく、会社としてお客様をもらさずすくい取り、比べられたときに選ばれるための仕組みが必要不可欠なのです。

先読みトークを導入し、次のアポイントメント獲得数が8倍になった会社もあるほどです。次回からは先読みトークを取り入れて接客力をアップさせた会社を詳しくご紹介していきます。



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。