

# SHOKOKAI

地域を結ぶ総合情報誌 月刊 商工会

# 3

March 2018

特集

# 体験型観光が おもしろい!

地域を訪ねて

晴れ舞台、さんさんと。  
岡山県倉敷市・都窪郡早島町

わたしのふるさと

書道家 武田双雲さん

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. 12

お客様が、経営者の皆様が、  
そして自分自身も笑顔になる手法が「接客戦略」なのです！

## 社内の接客リーダーを育てる

お陰様で本連載も丸1年、節目の12回目を迎えました。今回は、あらためて接客戦略を実践するための2つのポイントをお伝えしたいと思います。

そもそも、なぜ接客に力を入れなければならないのか、といえばそれは「他社と差別化し、リピーターを増やす」ためです。お客様に「この人から買いたい」「話を聞いてみよう」「友達に教えてあげよう」と思わせるまで接客力を磨き上げることが必要なのです。

そのために重要な1つ目のポイントが、現場スタッフの印象アップと、それを社内に浸透させるリーダーの育成です。基本的なビジネスマナーはもちろん、より好印象を与える表情や話し方、立ち居振る舞いなどを身につけることで、お客様の反応はまるで変わってきます。その技術をも身につけたスタッフが、「接客リーダー」として

社内の仲間根付かせ活動を実施できれば、お店の印象はどんどん変わります。

皆が同じ目標に向かって一丸となると、お店（部署）に活気が生まれ、雰囲気はよくなります。楽しい雰囲気はお客様にも自然に伝わり、話しかけられることが多くなったり、リピートにつながったりします。社内的には離職率が減ったり、いくら募集してもこなかったアルバイトが「雰囲気がよさそうだったから」という理由ですぐに決まったり。そして一番大きな効果は、「スタッフ自らが動き出す環境」へと変わっていくことです。

## 接客営業を成功させる設計図をつくる

2つ目のポイントは、会社や商品の強みをお客様に伝えるための「トーク」をつくることです。印象アップでお客様がこちらを向いてくれた、話を聞いてくれるようになったときに、次のアポやクロ

ージングに結びつけるために何を伝えるべきかを事前に準備しておくためです。

目指すは「全員接客」。顧客心理にのっとって、この場面では何をいふべきかをまとめたトークと、すべてを覚えるのは難しいのでシートを見せながら話せるトーク、全体の流れを把握するためのフローチャートをつくりまします。「全員接客」を実現するために、トーク内容は65点の内容にあえて留めておくのが最大のポイントです。これらのトークやフローチャートは、いわば仕事の設計図。明確な設計図をつくることで仕事の精度が高まり、誰でも使えるようになり、1人のエースに頼り切らない営業活動が実現するのです。

当社では、印象アップと接客リーダー育成に向けた「期待塾」、接客を戦略的に営業成果に結びつけるための経営層向け「先読塾」を開講し、受講者の皆様と実践しています。最終的な目標は「リピーターを増やし、結果的に売り上

げアップにつなげる」こと。どちらの塾の内容もいかに根付かせ、実務に役立てていくかをもっとも重視しています。

ちなみに私自身の仕事の目的は、私に関わるすべての皆様に笑顔にすること。「接客戦略」という手法を通じて、お店のスタッフも経営者の皆様も、そして来店されるお客様も笑顔になっていただけよう、次回以降も接客戦略の根付かせポイントや事例について詳しくご紹介していきます。



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。