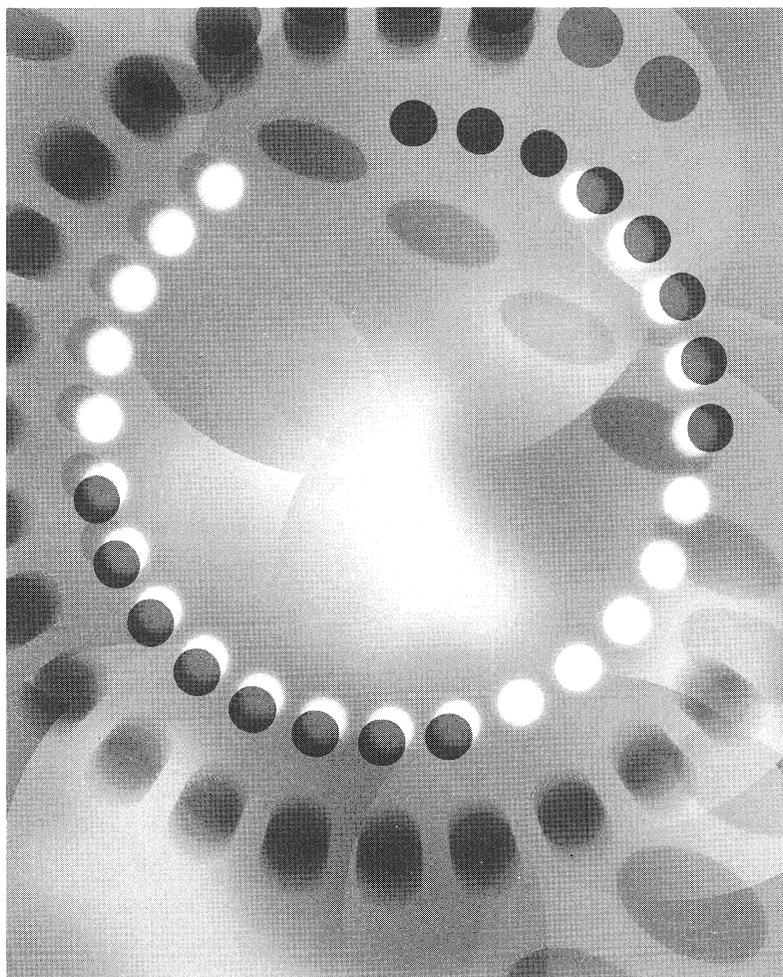
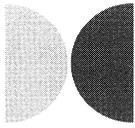


# これがもっと売れる 対面(カウンセリング)販売力





## 販売社員はマーケティングの完結者、 お客様の心をつかむ販売スキルで 売上げの最大化を

マーケティングの基本として知られる概念に「マーケティング・ミックス」があります。「マッカーシーの4 P」（製品、価格、チャネル、プロモーション）と呼ばれる要素を最適に組み合わせることにより、最小のコストで最大の効果をねらうものですが、この中のプロモーションを構成する4要素の一つにあげられるのが「人的販売」です（他の3つは広告・宣伝、パブリシティ、販売促進）。このテキストの主題である「対面販売」も人的販売の一形態ですが、お客様（最終消費者）に直接お会いして商品をお売りするという意味で、お客様に最も近い位置を占めるプロモーションと言えます。

“お客様最前線”に立つ販売社員は、マーケティングの完結者、総仕上げを務める重要な存在なのです。皆さんはまず第一に、このことをしっかり心に刻んでください。

これを踏まえたうえで、このテキストでは「主役はお客様」「お客様第一主義」を貫くにはどのような心構えが必要なのか、そのためにはどんな販売スキルを身につけなければならないかを研究していきます。

第Ⅰ部では、お客様の心理を確実につかみ、カウンセリング力を鍛えて成果をあげる接客スキルについて取り上げます。基本的なマナーや流れをきちんとおさえたとうえで、お客様に好感を持たれる接客とは何かを学習してください。

第Ⅱ部では、お客様の購買意欲を高めることによって客単価を上げ、売上げを最大化するためのテクニックを取り上げます。「AIDMA」の法則といった理論も、売り場の現場で実際にお客様を観察している皆さんなら、頭だけでなく身体で容易に理解することができるでしょう。

対面販売はお客様との筋書きのないドラマです。主役（お客様）を引き立てる実力派のディレクターとして、毎日のドラマを心から楽しめるようになれば、成果はおのずとついてくるでしょう。

# CONTENTS

はじめに	3
<b>第 I 部 売れる販売社員はお客様の心理を上手につかむ</b>	5
<b>第 1 章 上手な対面販売で売り上げは確実にアップする</b>	6
1. 販売の基本はお客様との対面販売	8
2. できる販売社員にはお客様がついてくる	12
3. 価値訴求力を上げる	20
4. 売った後の確実なフォローが固定客をつくる	21
<b>第 2 章 真のニーズをつかむ販売カウンセリング力を鍛える</b>	22
1. お客様のニーズを知ることが販売の原点	24
2. お客様から答えを引き出す的確な「質問」の仕方	26
3. 基本はお客様の話を聴くこと	29
4. 上手な「相づち」「アイコンタクト」で共感のシグナルを送る	31
5. お客様のニーズに応える商品提案のポイント	36
<b>第 3 章 売り場で成果をあげる接客スキルアップの仕方</b>	38
1. 何よりもお客様に関心を持つこと	40
2. 販売活動が好きでなければスキルアップしない	42
3. 自分を知っていただき、お客様を名前でお呼びする	44
4. お客様にうとうしさを感じさせない接客態度	46
5. 確実な商品知識が信頼の源泉	51
★第 I 部 研究課題	54
<b>第 II 部 お客様のタイプに合わせた購買意欲の高め方</b>	55
<b>第 4 章 お客様の特徴をつかみ購買欲求を高める</b>	56
1. お客様は十人十色、ワンパターンは通用しない	58
2. 「AIDMA」の法則を知っておこう	62
3. お客様の心の動き——「注目」から「決意」まで	63
<b>第 5 章 価値をきちんと伝える提案販売力を強化する</b>	72
1. 提案販売のポイント	74
2. 商品の機能、長所・短所等をきちんと伝える	76
3. お客様単価を上げる販売テクニック	79
4. さまざまな局面での提案・販売の仕方	82
5. 対面販売はお客様との筋書きのないドラマ	85
★第 II 部 研究課題	87

第1部

売れる販売社員は  
お客様の心理を  
上手につかむ

# 第1章

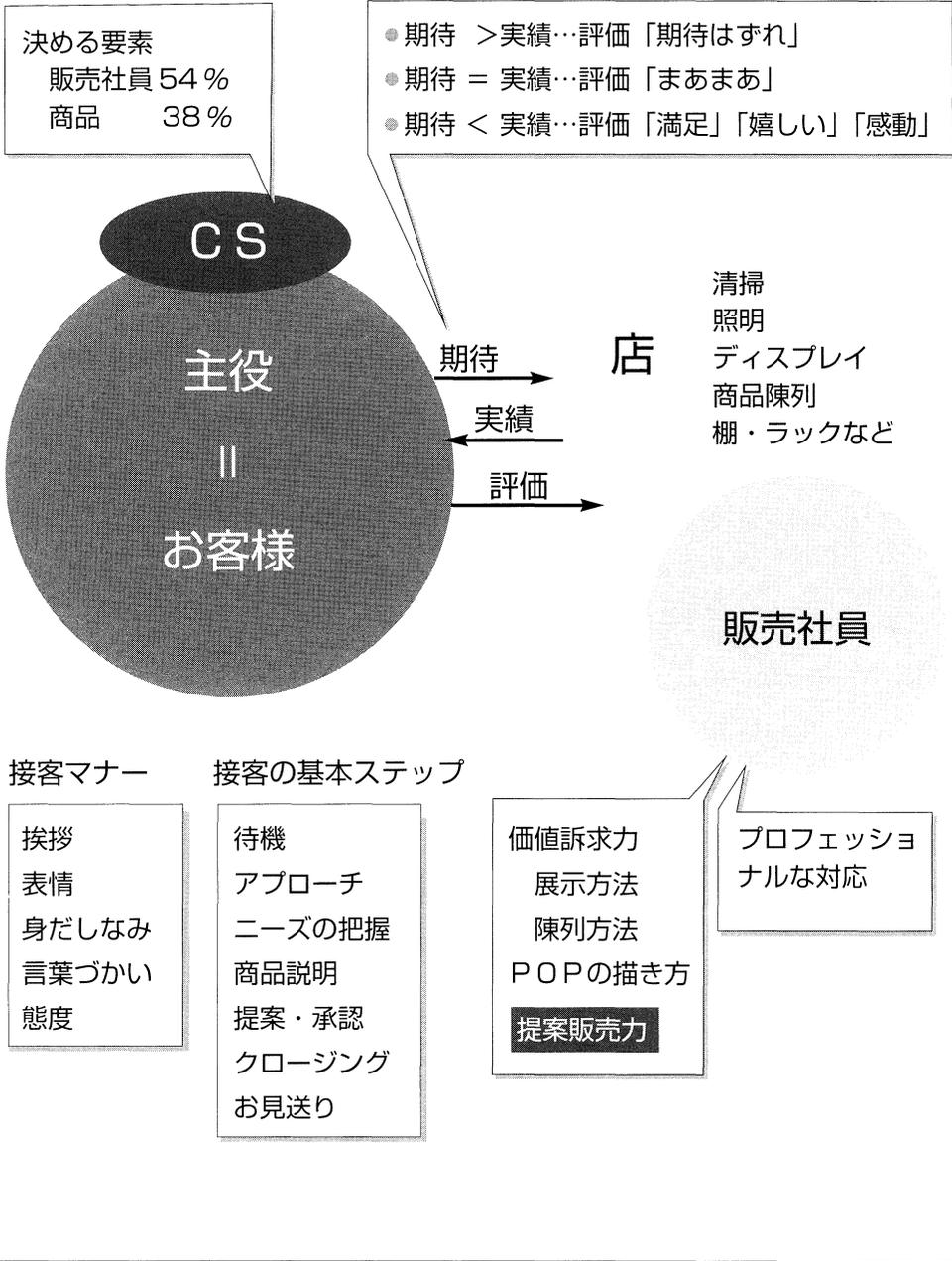
## 上手な対面販売で 売り上げは確実にアップする

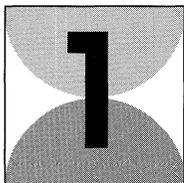
### この章のポイント

---

- ★対面販売のゴールは、お客様に「買ってよかった」と思ってもらえることです。お客様にそう思ってもらえるための、「事前期待」と「実績評価」との関係をしっかり把握しましょう。
- ★できる販売社員にはお客様がついてきます。接客マナーの基本5原則を踏まえて、基本ステップを確実に実践し、真のプロフェッショナルと言われる販売社員をめざしましょう。
- ★「顧客満足」に関する調査によると、お客様が感じる「満足」の対象としては、商品や店の施設などのハードより、「接客者」の笑顔、挨拶、気配り、教育訓練の行き届きといったソフト面が高いポイントを示しています。売り上げをアップさせるカギは皆さん方販売社員が握っていると言っても過言ではありません。
- ★「お客様第一主義」とは、お客様を大切に思っている、ということをお客様に伝えることです。お客様の気持ちを理解し、何に伝えるべきかを考えて行動できる販売社員をめざしてください。
- ★お客様に商品の本当の価値を理解していただくためには、販売社員の「価値訴求力」が重要な決め手になります。商品の展示・陳列方法、POPの描きかたなどを含めて価値をきちんと伝える販売力を身につけましょう。

お客様第一主義——「すべてはお客様のために」





# 販売の基本は お客様との対面販売

ニーズが多様化

最近の世の中の日まぐるしい変化の中で、販売形態もどんどん変化しています。通信販売やインターネットで購入する人口も増加の一途です。お客様のニーズも多様化しているいま、旧態然とした販売をしているとどんどん淘汰されてしまいます。販売力の強化なくして、企業の発展やそこで働く人たちの未来もありません。

## (1) 販売力は人間力

販売力の強化を考えると、販売マネジャーの果たすべき役割は、たいへん大きいものがあります。自らが販売力を持った社員であること、販売社員の教育指導・管理、職場の風土・雰囲気づくり、商品の管理、お金の管理などがあげられます。この中でも現場の販売社員に与える影響力、「自らが手本になる教育指導・管理、風土・雰囲気づくり」については強い自覚が必要とされます。

スキルアップ

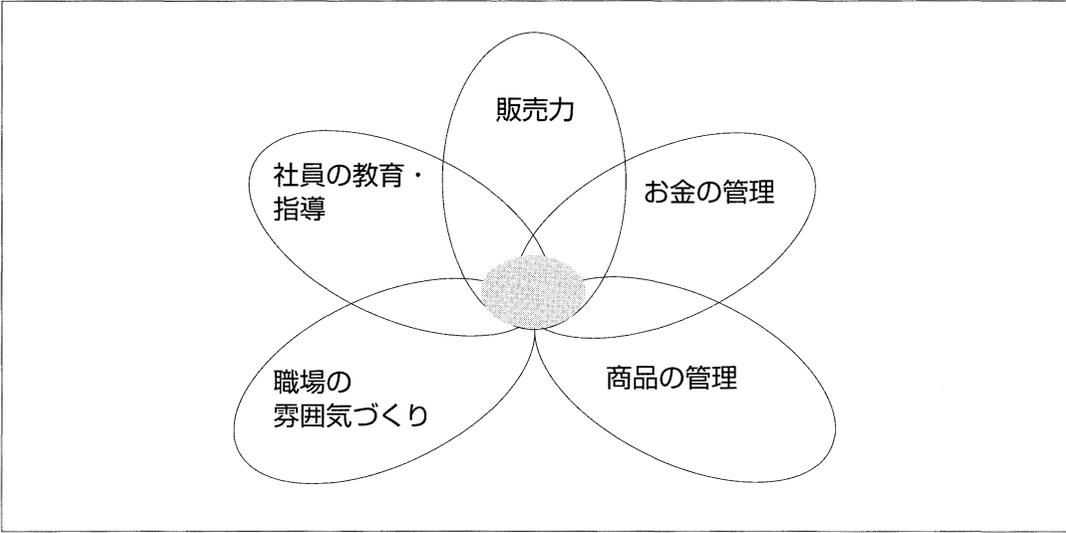
ここで、自分自身の販売力を見直し、スキルアップするポイントをつかみ、手本となり、部下指導のポイントとなるべきことをおさえてください（図表1-1）。

買い物をする店を選ぶのはお客様、品物を選ぶのはお客様、喜ぶのも怒るのもお客様です。そう考えると、お客様の様子を目の前で感じることのできる対面販売は、すべての販売活動の基本と言えるでしょう。目の前のお客様の様子もつかめないようでは、販売力のスキルアップは程遠いものです。販売力は人間力と言っても過言ではないでしょう。人間力を磨くつもりで取り組んでください。

## (2) ゴールは「買ってよかった」と満足していただけること

一度ご利用くださったお客様が再びあなたの店で、またはあなたの接客を受けたい、と思ってくださること、嬉しいですね。この一つひとつのお客様の思いが皆さんの会社を支えてくださいます。ではお客様はど

図表 1-1 マネジャーの役割



んなときに再利用したい、という気持ちになってくださるのでしょうか。

人は皆、様々な場面で「こうあればいい」「ああしてほしい」「こうしてほしい」というその人独自の気持ちがあります。これを**事前期待**と言います。例えば、買い物に行くときの気持ちは、「良い品物を買いたい」「気持ちよく買いたい」「時間がないから、さっさとしてほしい」「いろいろと相談に乗ってほしい」「安く買いたい」など様々です。

事前期待

この気持ちと同等レベルの印象を残したなら、お客様の心の中では「当たり前」であったり、「とりあえずの満足」に過ぎません。

実際に来店して買い物をして帰るときに、少しでもお客様の**期待を上回る**ことがあると、お客様は「嬉しい!」「買ってよかった!」「また来よう!」という気持ちになってくださいます。

期待を上回る

>	…期待はずれ
<b>事前期待 = 実績評価</b>	…当たり前 (とりあえずの満足)
<	…満足・嬉しい・感動

販売力のスキルアップを目指したとき、売らんかなの気持ちで向かって行っても受け入れられないことが多いでしょう。どんなときに目の前のお客様が喜ぶのか、どうすれば目の前のお客様の役に立つのか、お客