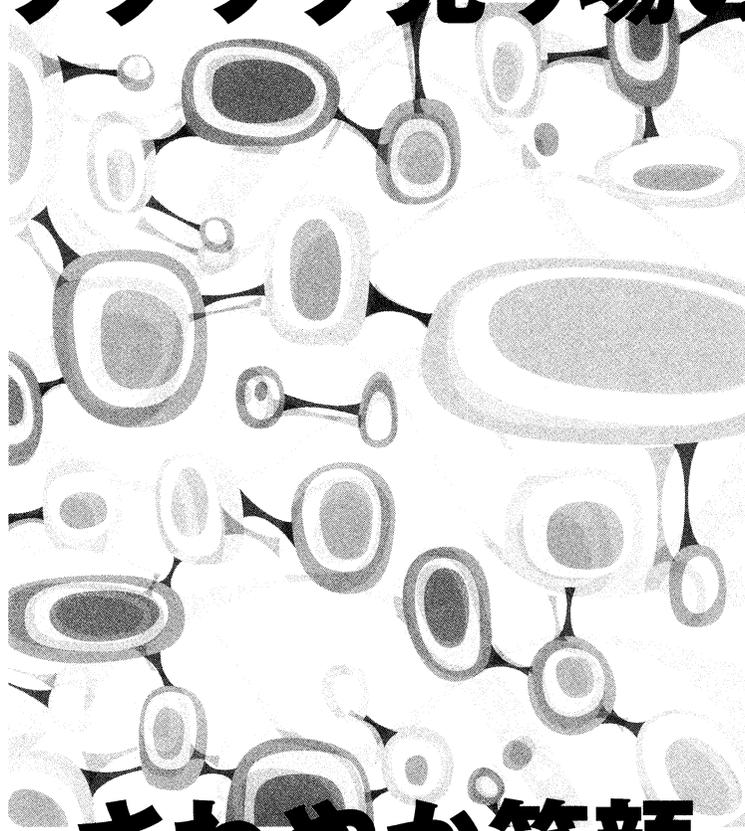
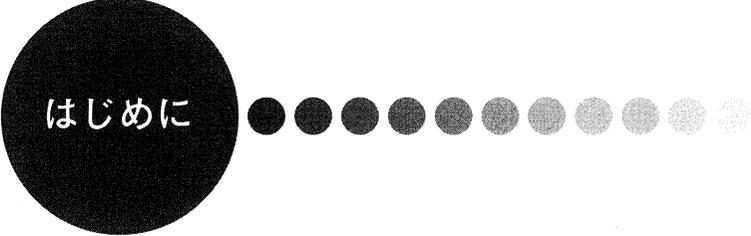


ワクワク売り場の



さわやか笑顔



はじめに

売り場の価値，商品の価値を高め， 販売社員として自らの価値を高めていこう

黙っていてもモノが売れる時代は終わりました。魅力ある売り場づくりのためのハード面（陳列やクリンネス），接客マインド・スキルなどのソフト面，どちらも，いままで以上の努力が必要になってきました。

お客様は欲しいものを，お気に入りの店で，好感の持てる販売社員から，最高のタイミングで買いたいと考えています。また，商品と同時に，その他のいろいろなものを手に入れたいと考えています。気分良くなりしたい，ワクワクしたい，ドキドキしたいなど，ハッピーな気持ちになることも期待しています。

日本で顧客満足が叫ばれはじめてからずいぶん経ちますが，最近では顧客満足から顧客感動へ，と言われるようになりました。まさにこのワクワク，ドキドキ，ハッピーをお客様に感じていただくことが顧客感動なのです。

商品力だけでお客様の心に感動を呼び起こすのは容易なことではありません。やはり販売社員の心からの応対と，日頃の売り場づくりのための行動が，お客様の感動を支えているといえるでしょう。

ソフト面では，常にお客様のことを第一に考えるマインドと，そのための問題意識の持ち方を修得しましょう。さらに販売社員としての接客のスキルアップやモチベーションの維持・向上の方法をこのテキストで学んでください。

ハード面では，魅力ある売り場づくりを学ぶことによって，売り場や商品の価値をより高めていただきたいと思います。そして何よりも，自らの価値をいままで以上に高めていただくことを願っています。

目次

はじめに	3
第1部 魅力ある売り場とさわやかな笑顔がお客様を引き寄せる	5
第1章 売れないと嘆いているよりまずやってみよう	6
1. お客様は販売社員のすべてを見ている	7
2. 入りやすい売り場と入りにくい売り場	10
3. 売る気持ちがなければ、売れるものも売れない	12
4. 自ら率先して行動する―出る杭になる	14
第2章 みんなが売り場づくりの達人になろう	16
1. 「売り場」の問題点をチェックしてみよう	17
2. 「クリンネス」を徹底するだけで売上げアップ	18
3. 整理・整頓は売り場づくりの基本の「キ」	19
4. ファサード、入り口まわりに注意しよう	20
5. お客様本位の売り場レイアウトをつくる	21
6. 陳列演出は見やすく、触れやすく、わかりやすく	23
7. 売り場を特徴づけるPOPの良し悪し	25
第3章 お客様満足度（CS）を高める接客スキルを磨こう	26
1. 販売社員が顧客満足をつくり出す	27
2. さわやかさはタイミングの良い挨拶、声かけから	29
3. 販売社員の表情がお店の雰囲気をつくる	31
4. これだけは押さえておきたい売り場のマナー	32
5. お客様の購買意欲を高める働きかけ	34
6. 顧客満足から顧客感動へ	35
第4章 ライバルに勝つチーム力の強化に取り組もう	36
1. あなたのチームはアナリスト	37
2. ライバルの売り場を徹底的に分析しよう	39
3. 「強み」を生かし磨いていこう	40
4. ソリューションを提供できる売り場づくり	42
5. ワクワクする売り場をチームワークでつくろう	44
◆研究課題1	46
第2部 感動を与える売り場と価値ある接客が売上げを伸ばす	47
第5章 お客様の潜在ニーズを的確にとらえよう	48
1. 真の顧客ニーズは売り場の第一線でつかめ	49
2. 単に「安い」だけでは売れない時代に	51
3. 売れる商品をバイヤーに提案しよう	53
4. 「何がほしいか」より「どうありたいか」	55
5. 顧客の心に働きかける提案型販売	56
第6章 売り場をパワーアップする改善活動をすすめよう	58
1. 同じことをやっていると販売力は必ず低下する	59
2. ムダなスペースを改善し売り場を広げる	60
3. お客様の動線を考えてレイアウトを見直す	61
4. マグネット・ポイントを考えて上手な陳列	62
5. ボリューム感のある売り場演出のポイント	64
6. ディスプレイの工夫で売り場を一新する	66
7. お客様にコンセプトが伝わる売り場づくり	67
第7章 お客様に認められる一人ひとりのブランド力を高めよう	68
1. 固定客、ファン客をどれだけ持っているか	69
2. 全員がお客様から声のかかる販売社員をめざそう	70
3. 手紙作戦、電話作戦を実行しよう	72
4. 一人ひとりの販売スキルの棚卸しをしてみよう	73
5. お客様から指名してもらえる販売社員に	74
6. できる販売社員のブランド力を見習おう	76
第8章 利益をコントロールできる販売のプロをめざそう	78
1. 売ることの楽しさ、売ることの喜びを味わう	79
2. 「売りたい商品」を売れるのが販売のプロ	81
3. 「売上げ」のメカニズムを理解する	82
4. 「費用」をコントロールして「利益」をつくり出す	84
◆研究課題2	87

第1部

魅力ある売り場と
さわやかな笑顔が
お客様を引き寄せる

第 I 章

売れないと嘆いているより まずやってみよう

▶ 学習のポイント ▶▶▶▶▶

あなたが気持ちよく買い物ができたと感じるのは、どんなときですか？
良い商品を納得のいく価格で買えた。もちろんそれもあるでしょう。しかし、売り場の人の対応ひとつで、「気分がいい、また来よう」と思ったり、「不愉快だ、もう二度と来るものか」と思ったりするのではないのでしょうか。
お客様が売り場のファンになってくださるのか、それとも足が遠ざかってしまうのか、販売社員であるあなたの接客マナーやスキルがものを言うのです。
あなたは、このようなことを意識して売り場に立っていますか？
買い物のプロであるお客様に対して、販売のプロであるあなたはどのような態度で接していますか？
いまできていること、できていないことを厳しくチェックしてみてください。

1

お客様は販売社員の すべてを見ている

あなたは、担当の売り場で、日々どのような気持ちで仕事をしていますか。見慣れた売り場で、いつもの商品を扱い、いつもの同僚と仕事をしていることと思います。そのため、いつもと何ら変わらない職場であると、販売社員のあなたは感じているかもしれません。では、**お客様の視点**ではどうでしょう。

お客様の視点

お客様は売り場に新鮮さと安心感を期待している

お客様は、売り場に目新しいことや、いつもと違った何かを期待しています。**新鮮な気持ち**で買い物を楽しみたいのです。新商品や、売場独自の提案などはもちろんのこと、お客様は、新たな**発見**ができる売り場を期待しています。その期待にきちんと応えてくれる、そんな売り場にお客様は**安心感**を持つのです。安心感とは、「いつも同じ」ことではなく、「期待どおりである」ことから生まれるのです。

新鮮な気持ち

発見

安心感

素通りせずに、立ち寄りたくなるのは、何かに気を引かれるからです。売り場に足を踏み入れてもらえるだけの「何か」を提供しなくてはなりません。そのために、あなたの売り場でも、季節感を出したり、新商品をアピールしたり、ディスプレイに力を入れていることでしょう。

では、販売社員のあなた自身はどうあるべきでしょうか？

販売社員が新鮮な気持ちでいることが大切

日々、新鮮な気持ちで売り場に立っていますか？ 新鮮な目で売り場を見えていますか？ その気持ちがあれば、販売社員はいきいきと仕事をすることができます。そして、いきいきと仕事をしている販売社員を見て、お客様は新鮮さや活気を感じ、売り場に足を踏み入れたくなるのです。もう一度、お客様からどのように見られているのかを意識し、**好感**

好感

を与える販売社員であるかどうかを確認しましょう。

お客様から見られていることを常に意識している

お客様は売り場の商品を見ているだけではありません。そこで働く人、つまり販売社員のこともじつによく見えています。

やる気のなさそうな販売社員には、相談をしたところで、的を射たアドバイスはもらえないと思いますから、この売り場で買うのをやめようと心に決めてしまいます。

接客スタッフ

一歩、売り場に立ったら、常に笑顔で、背筋を伸ばし、接客スタッフとして変身することが大切なのです。

オーナー意識を持って仕事をする

売り場は、そこで扱う商品やサービスをお客様から買ってもらうことにより、利益を得ています。そして、販売社員は、商品管理などを含め、お客様が商品やサービスを買う際のお手伝いをし、その対価として給料をいただきます。当然のことですが、買ってもらわないと売り場は成り立たず、販売社員は給料を得ることができないのです。

利益

売り場の存続のためには、利益を出す必要があります。販売社員としては、売り場全体の利益をいつも考えて仕事に臨まなくてはなりません。

オーナー意識

社員一人ひとりがオーナー意識を持つことが重要なのです。経営者だけが経費や利益を考えていればいいというものではありません。

売上げ

まずは、今日一日の売り場の売上げを意識し、次に月間の売上げ、年間の売上げというように、わかりやすいところから数字を見ていくようにしましょう。そうすることにより、自分の成果や結果も具体的にとらえることができるようになります。

目標数値に敏感になろう

目標

ノルマのあるなしにかかわらず、目標は数値で示し、数値で確認する

必要があります。「店長ではないから私は関係ない」「まだ、新人だから私はできない」「パートだから私はわからない」というのは通用しません。

役職や立場、雇用形態にかかわらず、売り場の売上げや利益、経費などを理解したうえで、自分の目標を数値で設定、意識することが求められます。はっきりとした目標は、やりがいを生み、行動を促す力となります。

売り場の代表者としての自覚

たった一人の販売社員がどのように対応してくれたか——そのことだけで、お客様の売り場全体に対する印象が決まることがあります。販売社員一人ひとりが売り場の顔であり、代表者であるという自覚こそ大切です。その姿勢が連帯感となり、チームワークへとつながっていくのです。自分一人くらいかまわないだろう、という甘えは許されません。

売り場の顔
代表者

みんなで協力をしていくなかで、売り場への貢献を考えられる販売社員になりましょう。

