

「一回きり」から「リピーター」に変える 「感動サービス」の続け方

第1回

売れない意識、 売れないトークを 変える



鈴木 比砂江

大学生時代オープニングスタッフとしてマクドナルドでアルバイトを始め、接客コンテストで全国1位受賞。大学卒業後、ルイヴィトンへ入社。入社3カ月は全く売れず、店舗スタッフ70名の中でも、また同期の中でも下位で挫折を味わう。3年目に年間売上2億円を超え、全国1位を獲得。売りにくいとされる高額商品の販売数でも全国トップとなる。その頃、人のモチベーションに興味を持ち、ベンチャー企業へ入社。人事の責任者として、採用・研修を統括する。仕事にやりがいと充実感があったものの、出産を機に退社。現在は、「売上を伸ばす接客法」を広めるべく活動中。サポート企業の平均伸び率は昨対比120%を超え、最大で半年の指導で昨対比723%の店舗も出ている。わかりやすく、現場を理解した指導法に定評があり、そのリピート率は94%を超える。

著書には3万部を突破した「売上が伸びる接客」、「売上が伸びる話し方」「販売員の教科書」他。毎日届くメルマガの内容を実践しただけで売上が上がった!といううれしい声多数。
<https://goo.gl/un77Ak>

実際に接客力を上げただけで、1年以上昨対比割れをしていたお店が、3ヶ月で昨対比200%を超えたというお店もあるほどです。接客は、それだけ売上を上げるパワーを持っています。

売上に伸び悩みを感じているお店は、接客力強化に取り組んでみることをおすすめします。そこで、今回から3回にわたり、すぐ実践でき、成果につながる“接客”についてご紹介していきたいと思います。少しでも参考にしていただけたらうれしいです。

その時の自分ができることを意識する

みなさんのお店では、常連のお客様が多いと思います。もしかすると、「常連のお客様だし、いつも通りの接客をしていれば大丈夫」そんな気持ちをどこかで抱いてはいないでしょうか。

常連のお客様に抜けてしまいがちな接客ポイントがあります。

それが、接客の基礎です。たとえば、笑顔、姿勢の良さ、相手の話の聴き方、感じのいい話し方など。もし最近、あなたの中で、これらをできているかどうか振り返る機会を持っていないようでしたら、それはきっと抜けてしまっているサインです。

私がいままでサポートをしてきた中で、基礎的なことを変えただけで、売上が劇的に増えた!という体験にたくさん携わってきました。

第1回目の今回は、成果につながってきた接客の基礎と、売上に大きく影響する“声かけ”について一緒に見ていきましょう。

「感じの良さ」で好印象を与え、「感謝される販売員」へ

お店にきたお客様は、販売員をどこで評価すると思われますか?一つは“第一印象”です。

「売れる」「感謝される」販売員の要素の一つは、第一印象で信頼を勝ち取った、お客様から選ばれる販売員です。

お客様から選ばれる販売員の共通点は「感じが良い」ことです。実はたった3つだけ

で簡単につくることができます。

①笑顔…「目と口」両方笑って初めて人は「笑顔」と認識します。笑顔で親しみやすさを演出しましょう

②振る舞い…姿勢は常にピッと。商品を指す手は、指を軽く閉じると、商品の質がよく見えます。また、立っている時も、歩いている時も、姿勢を正しくしましょう。

③話し方…お客様に聞こえる声の大きさと語尾が消えないようにハッキリと。口角を5ミリ上げると、イキイキした声になります。ぜひ鏡の前で確認しながらトライしてみてください。

「こんな基本的なことで、本当に売上が上がるの?」と感じた方もいらっしゃるでしょう。

ここで、社員教育に熱心なお土産屋さんの事例を紹介します。このお店では、本社が中心となってセールストークを考え、各店舗で実践していました。みんな同じトークを使って商品をご紹介するので、誰が接客しても売上は同じはずです。

しかし、“売れる人”と“売れない人”が出てきたのです。

そこで、私はいくつかのお店に伺い、接客の様子を観察しました。すると、1つの小さな違いがあることが分かりました。

それは、“姿勢”です。売れる人は姿勢がよく、売れない人は猫背や重心を傾けて話したり、と姿勢が良くありませんでした。

たくさんの方たちを見て感じたことは、姿勢がいいと、自分の言葉と商品への自信が伝わってくる。一方で姿勢が悪いと、なんだか自信がなさそうで、セールストークも「言わされている感」が伝わってしまいます。

そこで、姿勢の悪かった方たちに、姿勢を良くして話す練習をしてもらいました。すると、きちんと売れるようになっていったのです。

「姿勢なんて」と軽く見てしまいがちですが、その基本の土台があってこそセールストークは生きるのです。笑顔だと親しみ感を抱き、真顔だと怒っているのかなと感じられてしまうことがあるように、見た目が与える印象は大きいのです。

アプローチ改善が、売上アップの近道

印象のレベルを上げたら、次のステップです。次は、アプローチ。ここでいうアプローチとは、声かけを指します。

なお、私は普段、接客販売を「アプローチ、質問、商品提案、クロージング」4つのパートに分けてお届けしていますが、どの業種でも、みなさん口を揃えて声をかけるのが苦手だとおっしゃいます。

声をかけても無視をされると気持ちが折れそうになってしまいますし、感じの悪そうなお客様にこちらから声をかけるのはなんだか抵抗があるでしょう。

ですが、実は、この“アプローチ”を改善することは売上にものすごく大きく影響するのです。私が携わった雑貨店ではアプローチを変えただけで前年対比723%を超えたお店もありました。

店頭での経験が長くなると、ぱっと見て「買いそうなお客様」「買わなそうなお客様」と決めつけてしまいがちですが、売れる人ほど、どんなお客様にも声をかけています。まずは、声をかける。たったそれだけで、接客につながる可能性が広がります。

それを聞いて「さっそく声をかけよう!」と意気込んでくださった方もいらっしゃるかもしれませんが。そこで少し振り返ってみてください。

あなたはいつもお客様にどんな声かけを

していますか?商品の魅力を感じてもらいたいあまり、いきなり商品説明をしていないでしょうか。しかしそれでは、お客様に「売り込み感」を与えがちです。

私のおすすめは、お客様にとって答えやすい質問をすること。例えば、「天気予報で雨と言っていました、もう降ってきましたか?」「こちらの新製品は雑誌にも載っていたのですが、ご覧いただいていたか」「何か作ったり、される予定なんですか?」など、お客様が「はい」か「いいえ」で答えられる質問をすることがポイントです。

そのような質問を投げかけると、お客様も深く考えずに答えられるため、気軽に話をしてくださるきっかけをつくれます。

もし「声をかけても、うちのお客様は反応が悪い」そんな風に感じる方は、お客様が反応しやすい声かけではないのかもしれませんが。これを機に、お客様への声かけの言葉を見直してみてもいいかがでしょうか。

今回は、より具体的な接客のポイントについてお届けできたらと思います。

ですが、その際に、ぜひ頭に置いてみていただきたい考え方があります。

それは、お客様がベストな買い物をするための“パートナー”を目指すことです。友人や家族と買い物に行く場面を思い出してみてください。友人や家族に「これどうかな?」と聞かれたら、あなたはどのような意見を言うでしょうか?頭ごなしに「それはいいらない!」とも「買えばいいじゃん!」とも言わないはず。きっと、相手のことを考えて、あったほうがいいかを考えたり、「それよりも、こっちのほうが合うんじゃない?」とか「これと合わせると使いやすそうだね」などとアドバイスをするのではないのでしょうか。

「ベストパートナーとは」売る側、買う側という立場で考えるのではなく、親友のように、家族のようにお客様の横に並ぶように「どうでしょうかね」と一緒に考えるイメージです。

自分を「お客様が買い物をする際のベストパートナー」と考えれば、一番良い商品をご紹介しようと思えますし、よりよい使い方をご紹介したり、合わせて使うと便利なものも紹介しようと思えるのではないのでしょうか。

そんな思いのもと届けた接客は、その日の売上だけではなく、長く続く関係を育んでくれるはずです。

