

# 「売れる場づくり」のご提案

---

お客様の不安を解消し、期待以上のサービスを提供し続ける、  
お客様にとって「なくてはならない」場づくりをご支援いたします。

# 「場づくり」におけるプロの心構え

---

## 顧客目線

現場経験が少ないと不安なもの。

でも、大丈夫。これさえ身につけていれば自信をもって現場に出られます。

- 知らないこと、できないことを頼まれた場合、どう対応するか
- 忙しい時間に声をかけられたらどう対応するか
- 丁寧に時間をかけて接客したのに購入されなかったときにどう対応するか

# 「場づくり」におけるプロの心構え

---

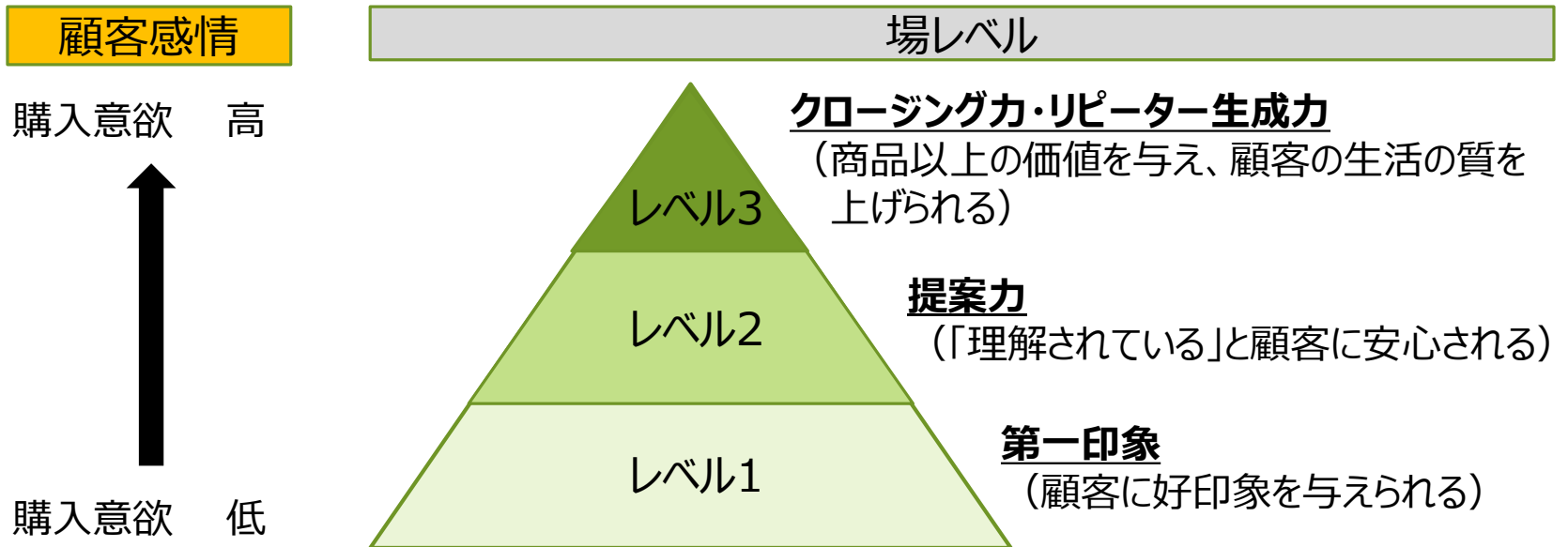
## 目標設定

売上目標を達成できる場である必要があります。  
そして、目標を達成するためには、数値目標だけでなく、  
あなた自身の目標設定が必要です。

- プロとしての成長目標が目標達成への近道
- 目標を達成するには極意がある（考え方と刻み方）
- 自分をほめることが成長スピードを上げる

# 売れる場の作り方

## 顧客感情と対応レベルをセットで考える



# レベル1 第1印象

---

## 商品に触れる前に期待を高める

- ・プロの身だしなみ（靴、襟も…清潔感は細部に宿る）

統一感→ブランディング（サブミナル知覚<sup>※1</sup>）

（※1）専門家と名乗らなくてもイメージで信頼感を与える

- ・信頼される立居振舞

姿勢 / 笑顔<sup>※2</sup> / 話し方<sup>※3</sup> / おじぎ  
（自信）（親しみやすさ）（安心感）（誠実さ）

（※2）目も笑わないとお客様に届かない

（※3）声も笑顔で

- ・店内もキレイに（5S）

Cf:フレグランス・マーケティング（ウッディ/ハーブ/シトラス…など心地よいもの）

# レベル2 提案力

## 商品サービスに、価格以上の価値を与える「提案力」

### <商品+サービス>

- ・安定した接客品質/リラックスできる空間/アフターサービス

### <商品+サービス+提案力>

- ・顧客の未来をどう変えられるか/どのように顧客を支援できるのか  
「ジョハリの窓」の盲点の窓（自分は知らない、他者は知っている自分）にフォーカスする

まず自分が商品を好きになる  
(体験する)

└─ こんなシーンで役立つ、を増やす

└─ 長所を探す

# レベル3 クロージング力

---

## 顧客の理想を実現し、HAPPYを提供する

### 1 まずは感謝

自店に興味を持っていただいたこと、貴重なお時間をいただくことに対して



### 2 この場を存分に楽しんでいただく

来店目的は、顧客のペースで徐々に伺う  
(検討度/競合リサーチ度合い/予算/迷いポイント/購入に至っていない真因)



### 3 興味をもっていただいたら、プロの提案



### 4 購入後の安心は、第一印象と同じくらい大事

# レベル3 リピーター生成力

## 第一印象、初回購入時の安心感からファンを増やす

- 基本の再現（店内⇒先にあいさつ⇒感謝の言葉）  
見やすい                      目を見て声掛け  
5S
- 売れる場の維持（誰にでも笑顔、お互いを褒める等）

笑顔、すぐ気付く、親身、センス  
がいい、説明が分かりやすい…  
などの基本が安定して期待を超  
える状態を作る。

どう褒められたらうれしいか、センスを磨いてお客様で実践！

- 初回の印象（購買関係なし）
- 2回目の安心（商品・サービス品質の安定） = 「自分の店」感
- リピートの仕組み化