

4月16日

販売・接客向上委員会～志高きセールスパーソンが集う勉強会～

第12回 1部「お客様はどうやって増やす？別業種同士でアドバイスし合おう」
2部「名前の覚え方」

研究会の目的

コロナの影響で消費者の販売動向が、WEBに流れつつある。その中でも実店舗を続けていくために、さらなる販売・接客の向上や付加価値を高めていく。

1部「お客様はどうやって増やす？別業種同士でアドバイスし合おう」

お客様とは、店に頻りに訪れては商品を購入して下さるお客様のこと。お店にとっても、スタッフ個人にとっても大事な存在である。そのお客様をどうやって獲得していくのか。別業種同士でその方法をシェアしていく。

● どういった人がお客様？

百貨店お洒売り場

基本的には一般の個人客、また外商を通じての企業のお客様。売上というより頻りに購入して下さるお客様がお客様になりやすい。お客様の購入額は百貨店側が管理しているため催しや店舗情報をお客様の方にお伝えする際に百貨店側から顧客名簿を渡される。

マルメロ櫃原店（バッグ、小物）

商品目当てというよりスタッフ個人に会いに来て下さるお客様。スタッフそれぞれに顧客様があり、それをスタッフ同士が共有・把握している。

もし自分がお客様の立場であったら、どういった状況であればお客様になる？

- ・ 顔や名前、以前話した会話の内容を覚えてくれている。
- ・ 好みを分かってくれている。
- ・ 押しつけがましくない接客
- ・ 来る頻度に合わせ、その人にとってのお得な情報を教えてくれる。
- ・ 自分が知らない知識、新しい発見を提供してくれる。
- ・ 緊張感がない、居心地の良い空間（買わなければ...というプレッシャーがない）

⇒ 買い物をしていて楽しい、良い気分になることが肝！

【お客様を離反させないようにするには？

どうやってお客様を作る？】シェアしよう！

●百貨店お酒売り場

お客様を離反させないために、よりフレンドリーな付き合いをしていく。来ていただいて気持ちよく帰っていただく。お客様の増やし方としたら顧客名簿を作り、イベントなど開催する際にお電話をする。そこで来て下さったお客様と少しずつ仲を深めていく。コアなお酒を仕入れ、お酒好きなお客様にご連絡し、ご来店していただく。ワインのスタンプカードもやっており、コアなお客様もつきやすい。

●百貨店カバン売り場

春夏、秋冬などで新作商品が出る際に頻繁にご来店くださるお客様やこのブランドをよく気に入ってチェックしてくださっているお客様に顧客名簿を書いてもらい、その顧客名簿をもとにハガキやパンフレットを送る。

●ショッピングモールバッグ・雑貨売り場

とにかくお客様と楽しく会話する、また楽しんでもらう。食料品を買いに来たついでにお店に寄って下さるお客様もおられるようでそこで商品以外のお話も積極的にしており、お客様が居心地の良い空間と思ってもらえるよう心掛けている。また何度も来てくださっているお客様はスタッフ全員が顔や名前を把握しており、共有もしているため親近感のある接客ができる。

ショッピングモールは百貨店と違い、顧客名簿が存在しない。

顧客名簿があればイベントや入荷連絡などこまめにご連絡でき、ハガキやパンフレットを送るなどお客様を離反させず、お客様を作りやすい状況ではある。しかし、ショッピングモールはその場でしかお客様を作る機会がない。だが、ショッピングモールならではの居心地の良さ、親しみやすさでお客様が気軽に立ち寄りやすい空間が作れるのでリピートを増やしやすい。

☆自分ができることは？

自分の中で目標を決め、常にそれを意識しながら接客をする！

例えば・・・

- ・自分の名前を覚えてもらう
- ・年間に10万円以上買ってくれるようなお客様を作る。
- ・3人はお客様を作る。
- ・2ヶ月に1回は来てもらえるようにする。
- など

☑ 2部「名前を覚えよう」

お客様や親しいお客様のお名前、知っていますか？または覚えていますか？お客様がご来店された際、顔と名前を覚えていると接客もしやすく、より距離が縮まりますよね。そこでお客様の名前の聞き方、また覚え方をシェアしていく。

《名前の覚え方》

1. 覚えるという意味を持つ
2. 相手の顔から受ける印象をストーリーに転換する
3. 知人や有名人で似ている人を探す
4. 名前からその人の背景を勝手にイメージする

☆それぞれ覚えやすい方法で！でもまずは覚えるという意味を持つ！

《お客様の名前をナチュラルに聞く方法》

- ・2回目以降来てくださっていたお客様に「この間も来てくださいましたよね」と一言お声掛けし、そこから会話を広げ、自然に名前をお伺いする。
- ・自分の名前を名乗り、相手の名前をお聞きする。
- ・お会計時にカードの裏面や配送、お取り置き伝票などを見てお客様の名前を確認する。
- ・電話での注文の際にお客様の名前を把握しておく。
- ・お客様にその他の商品をご案内するのに名前、連絡先をお聞きする。

まとめ

コロナの影響で客足が減り、店舗自体の売上げが落ちている中でお客様の存在というのはこれからさらに大切になってくる。ここの商品が好きだからというだけでなく、販売員が魅力的、店内の雰囲気が気に入っているなど人によってお客様になる理由は様々である。しかし全ての理由が揃っている店舗であれば、太くて長いお客様がつきやすく、新規顧客も自然と増える。また日頃から目標を立てそれを意識しながら接客していれば、お客様 100 人も夢ではない。

次回の販売・接客向上委員会は**6月23日**です。ご参加お待ちしております♪

エム・イー・ジー株式会社

Ulaha 事業部 吉田 瑞季