

効果的な接客

創業したばかりのお店は、まだ信用がありません。そこは、人間力でカバーしましょう。つまり、お客様が満足のいく接客を心がけることでファンを増やしていくのです。

ここでは、お客様が来店されてから会計を済まされるまでの流れに沿って説明します。

1．店によって異なる挨拶の方法

「いらっしゃいませ!」、威勢の良い声は一見イメージが良さそうですが、これは鮮魚店や一部の飲食店などで通用する方法です。これがブティックの場合はどうでしょうか。お客様はびっくりしてしまいます。さらには、「何か買わせられそう」と恐怖心に襲われるかもしれません。最近では、さまざまな業種で、あえて「いらっしゃいませ」とは言わず、お客様に気楽な気持ちで買物をしていただく店舗も増えているようです。

つまり、挨拶ひとつとっても、お店により実施方法が変わってきます。自店の特徴をよく見極めることが必要です。

2．基本的態度の習得

お客様と接するときには、服装、髪型、言葉遣い、姿勢等々、気を付けるべきところが数多くあります。ここであえて触れなくても十分承知のことと思います。しかしながら、「やってるつもり」の人が多いのも実情です。基本的態度はお客様が見て判断するものです。自分だけが納得していても仕方ありません。常にお客様に見られているという強い認識が必要です。

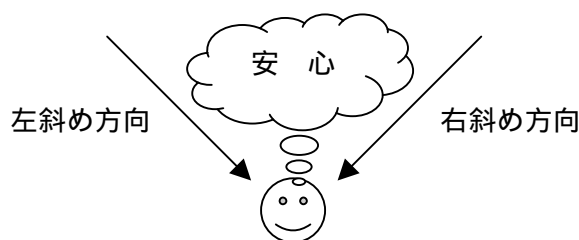
お客様は売り手が考えている以上に細かなところを見ています。その細かなところが再度来店していただけるか否かを決定づけるのです。実際に創業し事業を軌道に乗せている経営者の共通点として、細かな点に気をつかう（マメである）ことがあげられます。これは是非とも注意を払っていただきたいところです。

3．配慮したい接客アプローチの角度

お客様に快く接客を受け入れてもらうには、アプローチする角度が重要となります。人間の心理面から見て、斜め前方からのアプローチは、お客様に安心感を与えます。また、正面からのアプローチはお客様に理性的な心情を与えます。ちなみに、レジでお金をお渡しする際にはほとんどが正面といえます。一方、真後ろから「その商品はいかがでしょうか」などと声をかけられるとお客様はビクッと、恐怖感を与えてしまいます。

接客アプローチの角度などは、些細なことですが意識してみましょう。

接客アプローチの角度



4．商品使用による利益を示す

お客様へのアプローチも上手いき、いよいよ接客の始まりです。しかしながら、効果的な商品説明がなされないと、せっかくのチャンスも水の泡です。

商品説明でよく見られるケースは商品の「特徴」だけを伝えていることです。例えば、「これは最高級の羽毛を使用した布団です。多くの方が買われていきますよ」といった内容の説明です。一見良さそうですが、これだけでは説明が足りません。なぜなら、お客様にとっての利益が示されていないからです。つまり、その羽毛布団を使うことで、いかに快適な睡眠が得られるのか、さらには、快適な睡眠を得ることにより日頃の疲れがどれくらい解消されるのか、など具体的に伝える（提案する）必要があります。お客様は商品の特徴とともに利益を示されると購買の動機づけが強くなります。

5．気の利いた一言を

レジで会計を行った後、通常「ありがとうございました。」と言います。これは、お客様への感謝の意を込めた言葉ですが、一言、「もしお時間がよろしければ、ゆっくりと店内をご覧下さい」と付け加えたらどうでしょう。お客様 10 人のうち 2 人ぐらいは再び店内を回遊しそうです。つまり、お客様にとって、さらにそのお店で買物を楽しむ機会が訪れると共に、店側にとっても客単価の向上につながる可能性があります。接客では、たった一言でも、そこから発する影響力は大きなものがあります。お客様にどのような言葉を投げかければ良いのか、常に考えていくことが大切です。

6．全てはお客様の視点で

これまで、お客様が来店されてから会計を済まされるまでの過程を踏まえながら、接客のポイントを述べてきましたが、すべてに共通する点は、お客様の視点で接客を捉えることです。売り手側の勝手な思い込みでは通用しません。

お客様の視点で接客、ひいては店づくりを考えていくためには、自らが一消費者として買物をする際に、どのようなことを考えているのかを客観的に捉えていくことが求められます。つまり、日常生活の中でアンテナを伸ばしておくことが大切です。

執筆者：中小企業診断士 二瓶哲（株式会社 タップクリエート 代表取締役）