

## お客から好かれる行為とお客を不快にさせる行為



倉田豊治(くらた・とよじ) 株式会社サンユウ専務取締役。オリックスに4年、日本興亜損保に10年間営業マンとして勤務後、99年サンユウ創業。当初は本当に売れない日々の中、2月の-2℃の中寒さで死にそうになったり、カードローン地獄も経験する。オール電化普及で次第に売れはじめ三菱電機・東芝などの関東地区販売実績で度々第1位を獲得。最近では文化放送・ニッポン放送などのマスコミにも出演。FMで毎週火曜日にビジネス番組も持つ。日経ホームビルダーなどの取材も受ける。現在、自身の経験を元に「いくつかのルールを守るだけで凡人でも短期間でダントツの成果を上げる営業ノウハウ」をテーマにビジネス塾を主催講演中。

### 視覚、聴覚、身体に訴える

親から「人を見た目で判断してはいけません」と教えられた方は多いと思います。しかし、人間ももともとは野生で生きていた動物。命の危険を避けるために、敵か味方の判断を一瞬でしようとする本能が備わっています。ですので、見た目を気にしてしまうという習性が備わっています。

そこで今回はノンバーバル(非言語)コミュニケーションを取り上げました。要するに、オール電化を提案するのであれ、カタログに書いてあることをそのまま言葉で説明してもちっともお客の心には響きません。そうではなく、お客の視覚、聴覚、身体感覚を意識しながら説明する必要があります。

今回は視覚優位、聴覚優位、身体感覚のタイプ別の特徴を紹介すると予告していましたが、単に特徴を文字で羅列するだけでは面白くないので、IHクッキングヒーター(以下、IHヒーター)の提案になぞらえて説明してみよう。

例えばIHヒーターを提案する際に、視覚優位のお客には実物を見せるのが効果的です。実物を見せることができなければ、「上の面が真っ平らなんですよ」などと、視覚的にイメージしやすいようなトークを展開します。

私が視覚優位のお客によく使っていたのは、メーカーのカタログにも入っていたIHヒーターの実物大のポスターです。ガスコンロの五徳の上に、このポスターを乗せながら平らで掃除しやすいことをアピールしていました。

一方で聴覚優位のお客は、基本的に音に敏感に反応するので「ツルツルなんですよ」とか「いつもピカピカなんですよ」とか擬音語を混ぜながら話すと反応しやすいです。

身体感覚系のお客には、IHヒーターの実物でもポスターでも構いませんが、自分の手で上面をなでるようにしながら説明することで、お客の感覚に訴えることができます。

お客がどのタイプかは話している言葉から判断できますが、それが分からなければ、最初はこれら3つを交えながら探るという手法もあります。

### 自分の「利き感覚」を知ろう

このように、ノンバーバル・コミュニケーションにおいては人それぞれに癖とか傾向があります。「利き腕」という表現になぞらえて「利き感覚」などと言われることもあります。私自身は視覚優位のタイプだと思っています。ですので逆に、聴覚や身体感覚に鈍いところがあります。

自分が聴覚系や身体系に弱いということは、ある意味でそのようなお客の立場での提案が苦手であるという弱点にもつながります。

そこで、弱点を克服するために、私はほかの聴覚系や身体感覚を磨く努力もしています。例えば、聴覚を鍛えるために駅などで目を閉じて、耳で音を聞くように集中します。すると、普段は気にしない音が耳に入ってくるのがはっきりと分かります。身体系も同じように、目を閉じて気温や風を感じるようにします。

ほかにも、視覚系を鍛える最も簡単な方法

### ●図1 お客から好感を持たれる

- 1 基本は笑顔
- 2 お客の冗談やユーモアには、通常笑顔よりも意識的に2倍の大きさで反応。いつもより2~3cm程度口を大きく開ける感覚で笑う
- 3 真剣にお客の話を聞く場合はアイコンタクト。目と目の間の鼻の付け根あたりを見る
- 4 お客が意外な話をしたときは大きめに口を開ける

は、自分の眼前を実況中継のように詳しく話します。聴覚系を鍛えるには新聞を音読したり、周りの聞こえた音を意識的に列挙してみろという練習をします。

身体感覚を鍛えるには、ゆっくりと味わいながらご飯を食べてみたり、休日に木や草が多い公園などに出かけたりします。

### お客にとって快適・不快な行為とは

ノンバーバル・コミュニケーションでは、普段の何気ない行動や言葉が、お客から好感を持たれたり、不快感を与えたりします。では、どのような行動が好感を持たれ、どのようなしぐさが不快感を与えるのでしょうか。

次に紹介することは、お店での普段の接客や合展、個展などで招待客に接する社員やパートさんにも通用するテクニックなので、朝礼などで話しながら全員で共有するのもいいでしょう。

それは、お客の話す意欲を高めるための基本的な4つのスタンスです。

①基本は笑顔です。お客が話し終えるころにニコッと微笑みます。口角をちょっと上げながら微笑むのも、普段から鏡を使うなどしてチェックするといいいでしょう。

そして、②お客の冗談やユーモアには、通常笑顔よりも意識的に2倍の大きさで反応し

### ●図2 集中力をそぐ行為

- 1 ペンを回す
- 2 ノック式ボールペンの芯の出し入れのカチカチ音
- 3 髪を触る
- 4 眼鏡をいじる
- 5 アクセサリーをいじる
- 6 貧乏ゆすり
- 7 派手なスーツやネクタイ、腕時計
- 8 女性のミニスカート(お客が男性の場合)

ます。いつもより2~3cm程度口を大きく開ける感覚で笑います。

一方でいつも笑顔だけではいけません。真剣に話を聞く状況もあると思います。かといって、能面のような無表情では、お客の話す意欲もそがれます。

そこで③真剣にお客の話を聞く場合は、アイコンタクトが大切なのです。このときも、お客の目を直接見ると緊張感が生まれてしまうので、お客の目と目の間の鼻の付け根あたりを見るというのが基本です。

最後に④お客が意外な話をしたときは大きめに口を開けて反応します。

### お客の集中力をそぐ行為

クロージングや接客中は、次のようなお客の集中力をそぐ行為を絶対にはいけません。

①ペンを回す、②ノック式ボールペンの芯の出し入れのカチカチ音、③髪を触る、④眼鏡をいじる、⑤アクセサリーをいじる、⑥貧乏ゆすり、⑦派手なスーツやネクタイ、腕時計、⑧女性のミニスカート(お客が男性の場合)——などです。

これらは、他人がやっていれば気付いても、いざ自分がしている癖は、無意識で行っているだけに気付かないことが多いです。社員同士でチェックするなど修正しましょう。