

来店目的の掘り下げ

解説編

お客様に満足してお買い物をしていただくために
私たちにできることはなんだろう？

自己紹介

津田まみえ | お客様満足向上アドバイザー

- ウェブサイト「小さなお店のお客様満足室」を運営
- 美容系D2C企業向けにお客様満足を追求しながら売上を得る方法を解説 (YouTubeチャンネル)
- 知識を実践に変える、OJT型ワークショップを提供
- リピート購入率90%を超える基礎化粧品会社元社員
- Hub Spot Academy インバウンド認定資格取得



津田まみえ
☆☆☆☆☆
お客様満足向上アドバイザー

小さなお店のお客様満足室

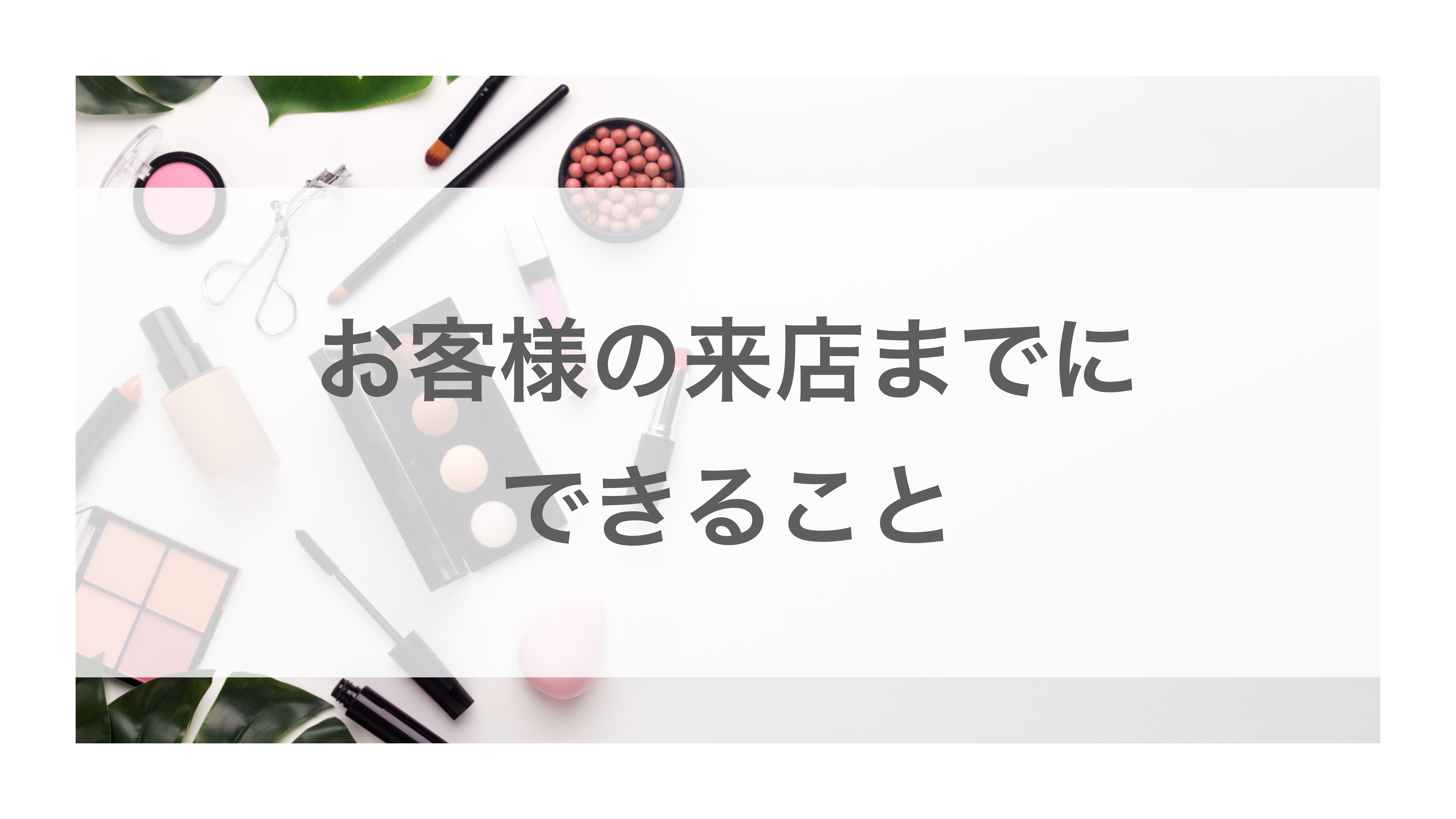
基礎化粧品会社での経験を生かして
お客様満足を売上に繋げる方法をお伝えしています

Hub Spot Academy インバウンド認定資格取得

2024.07.23 津田まみえ

AGENDA

- 来店までにできること
- 接客中にできること
- お客様が帰られたら
- 接客販売のポイント
- お客様理解を深める1週間チャレンジ（無料）のご案内



**お客様の来店までに
できること**

ブランドイメージ

2024.07.23 津田まみえ

ブランドイメージ

会社や商品・サービスの

定着させたいイメージをどう表現するのか？

を考える作業

ブランドイメーজ

- ① 服装、身だしなみ
- ② 言葉づかい、話し口調
- ③ 表情、所作、ボディランゲージ

どう表現すれば
ブランドの世界観が
伝わるのか？

ブランドイメージは
「人」を通して伝わる

2024.07.23 津田まみえ

ブランドイメージ

「空間は贅沢」

「贅沢かどうか？」は投資した金額ではなく
その空間で感じられる雰囲気や様子で決まる
予算をかけなくても、贅沢な空間は演出できるし
お金をかけても粗末な空間になることもある

2024.07.23 津田まみえ

ブランドイメージ

- ① 内装
- ② 商品パッケージ
- ③ 陳列

どう表現すれば
ブランドの世界観が
伝わるのか？

「空間」による演出

2024.07.23 津田まみえ

商品知識

2024.07.23 津田まみえ

商品知識

- ① 何を売っているのか？
- ② なぜ、その商品を売っているのか？
- ③ こだわり（成分、製法、原料、生産者・・・）

お客様の「知りたい」に答えるための商品知識

商品知識

「お客様」ってどんな人？

商品知識とお客様

- 日頃から美容に関する情報を集めている **だけど、情報を整理できていない**
- 成分やお肌のことに詳しい **でも、「知っているだけ」の状態**

あなたの会社の思いやこだわりを知らない
健康なお肌を育てるスキンケアはしていない

商品知識

お客様が
知らないことは多い

お客様が知らないことを知っておく
それが、あなたの仕事と責任

商品知識

全てを記憶する必要はない

「覚え間違い」は不信感の原因！

お客様に見せる資料を作り、覚える負担を軽くする

自社だけでは不十分

自社商品について詳しいのは当たり前
お客様に差別化や自社商品の必要性を伝えたいなら
他者商品についての研究も必要

接客の イメージトレーニング

2024.07.23 津田まみえ

接客のイメージトレーニング

接客販売の「目的」とは？

商品を販売する＝売る

接客のイメージトレーニング

接客販売の「目的」とは？

~~商品を販売する＝売る~~

お客様の「判断」を手伝う

接客のイメージトレーニング

新規のお客様がお買い物中に考えていること

私が興味を持っているこの商品は、

私に合っているのかな？

どんな商品なら「合っている」と感じるのか？

接客のイメージトレーニング

接客を通じて

どんな商品なら「合っている」と感じるのか？

その判断をするお手伝いをする
(価値観のすり合わせを行う)

接客のイメージトレーニング

お客様が価値観を判断するために必要な情報

- ① 価格
- ② 使い方
- ③ アレルギー、など

最低限の確認事項は決めておく

接客のイメージトレーニング

お店側も判断している

当店のお客様に相応しいのか？

接客のイメージトレーニング

お店側が必要な情報

- ① 会社や商品のターゲットにマッチするのかわ？
- ② 信頼関係を築いていけそうか？
(反社会的勢力、転売目的の購入、悪質な要求、など)
- ③ 支払い能力はあるのかわ？

確認方法と接客マニュアルの作成

接客のイメージトレーニング

接客マニュアルを考えておく

接客中の会話をパターン化して用意したモノ

接客のイメージトレーニング

接客マニュアルを覚えておく

~~接客中の会話をハズレについて用意したモノ~~

接客のイメージトレーニング

接客マニュアルを考慮しておく

お客様イメージを膨らませながら
ストーリー性のあるマニュアルを用意する

接客のイメージトレーニング

お客様イメージを膨らませる

お客様理解の第一歩

2024.07.23 津田まみえ

接客のイメージトレーニング

お客様イメージを膨らませる

お客様に対する仮説を立て、
接客中にその仮説を確かめる質問をする

接客のイメージトレーニング

お客様イメージを膨らませる

お客様についてどんなことを知りたいのか？
どんな質問をすれば、その答えに辿り着けるのか？

接客のイメージトレーニング

お客様イメージを膨らませる

お客様に何を伝えなくてはいけないのか？
どう説明すれば、伝わるのか？

準備が8割

お客様イメージを膨らませて
「接客の引き出し」をたくさん準備しておく

2024.07.23 津田まみえ



お客様の接客中に
できること

来店の目的を見つける

2024.07.23 津田まみえ

来店の目的を見つける

お客様は「何のために」来店したのか？

- ① 欲しい商品がある
- ② お店のシステム、お買い物方法などについて教えて欲しいことがある
- ③ お肌やメイクについての悩みがある
- ④ 3日後に写真撮影の予定がある、などなど・・・

来店の目的を見つける

お客様は「何のために」来店したのか？

- ① 欲しい商品がある
- ② お店のシステム、お買い物方法などについて教えて欲しいことがある
- ③ お肌やメイクについての悩みがある
- ④ 3日後に写真撮影の予定がある、などなど・・・

お客様に聞かないとわからないことばかり！

来店の目的を見つける

どう質問すればいいの？

王道は「今日はどうされましたか？」

来店の目的を見つける

「今日はどうされましたか？」

- ① ○○（商品名）ありますか？
- ② 化粧水がなくなっちゃって・・・！
- ③ ちょっと教えて欲しいんだけど・・・

表面的な答えが

お客様の「本当の目的」とは限らない

来店の目的を見つける

「今日はどうされましたか？」

① ○○（商品名）ありますか？

なぜ、その商品に興味を持ったの？

② 化粧水がなくなってしまって・・・！

いつなくなったの？

③ ちょっと教えて欲しいんだけど・・・

知って、どうしたいの？

来店の目的を見つける

お客様の言葉の背景には
何があるのだろうか？

お客様の言葉に興味を持ち、質問することは
接客中にしかできないこと

お客様イメージを確認する

2024.07.23 津田まみえ

お客様イメージを確認する

お客様の来店前に
「お客様イメージ」を
膨らませしておく

2024.07.23 津田まみえ

お客様イメージを確認する

「お客様イメージ」は
仮説に過ぎない

実際のお客様に伺うことで
より具体的なお客様イメージを掴むことができる

お客様イメージを確認する

なぜ、こんなことをするのか？

会社にとって、「接客現場」とはどんな場所なのか？

お客様イメージを確認する

会社にとっての接客現場は

① 売上が発生する場所

お客様は何を買っているのか？

② お客様との接点

お客様にとって私たちはどんな会社なのか？

「お客様は私たちに何を求めているのか？」がわかる場所

お客様イメージを確認する

接客現場は

お客様からフィードバックをもらう

場所でもある

お客様イメージを確認する

「売る」ことが目的ではない

お客様は買いたければ買ってくれる

お客様イメージを確認する

では、接客の目的は？

お客様イメージを確認する

お客様と「答え合わせ」する

お客様は何を求めているのか？

お客様イメージを確認する

例えば、お客様がこのようにことに悩まれていたら・・・

① 「買う」「買わない」を迷っている

決めるために必要な情報は？

② どうすればお肌の調子が良くなる？

どんなお肌になりたいの？

③ 正しくケアできているのか教えてほしい

普段はどんなケアをしているの？

お客様イメージを確認する

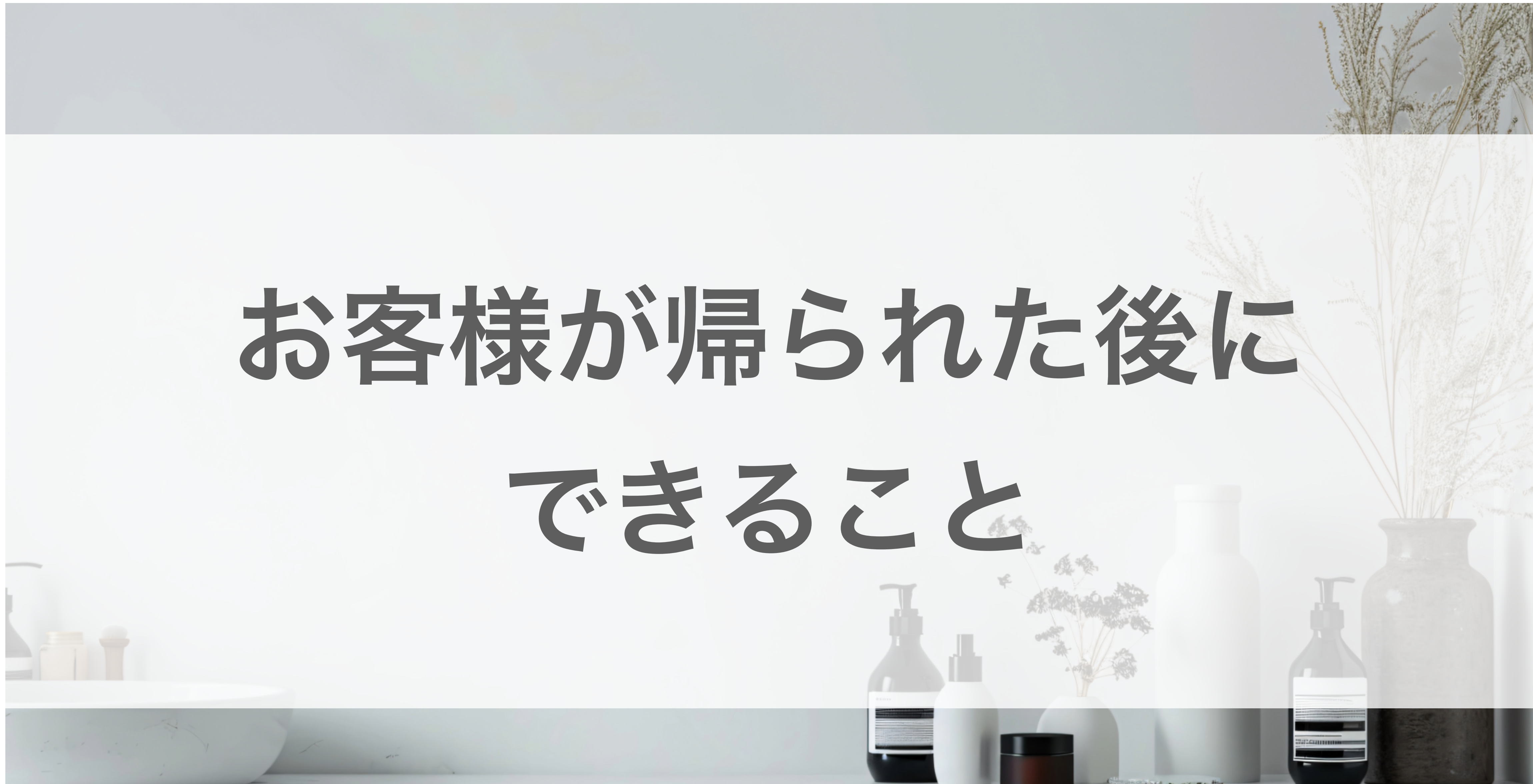
お客様イメージを元に
お客様についての仮説を立て、
実際の接客で確認する

「お客様」を研究する

膨らませたお客様イメージを
実際のお客様に照らし合わせながら
会社にとっての「お客様像」を明確にしていく

2024.07.23 津田まみえ

お客様が帰られた後に できること



接客の振り返り

2024.07.23 津田まみえ

接客の振り返り

① 買った理由は？

⇒成功体験を共有する

② 買わなかった理由は？

⇒お客様の視点で考えてみる

接客の振り返り

お客様はどうして購入されなかったのだろうか？

- ① お客様はどんな価値を求めていたのだろうか？
- ② お客様が求めた価値に対して、私たちは何を提供できたのだろうか？

なぜ、お客様の要望に応えられなかったのだろうか？

接客の振り返り

お客様の要望に応えられなかった理由とは？

① 会社の都合

自分たちの都合や利益を

② オペレーションや設備の不備・不足

優先していないか？

③ 会社の信念や「在り方」

私たちは社会にとって

④ 社会通念に反する・法律違反、など

どんな企業で在りたいのか？

今の私たちにできることは何だろうか？

次の接客に向けた準備

2024.07.23 津田まみえ

次の接客に向けた準備

- ① お客様イメージの更新
- ② 接客マニュアルの追加、変更
- ③ 新商品開発や社内体制の改善

接客現場と会社全体で改善を行う

お客様情報の共有

2024.07.23 津田まみえ

お客様情報の共有

お客様情報をどのように共有するのか？

CRMシステムの導入

お客様が帰られたら

お客様情報を全社で共有し
さらなるお客様満足を追求する

2024.07.23 津田まみえ

お客様が
いいから
成長できる

2024.07.23 津田まみえ

おまけ情報

接客販売が楽しくなる

マインドセット



接客販売が楽しくなるマインドセット

接客販売はツライ？

- ① 売上目標を達成できない
- ② 商品知識が覚えられない
- ③ 休憩する暇がない
- ④ 「もしかしてカスタマーハラスメント？」 お客様からひどいことを言われる

接客販売が楽しくなるマインドセット

私の場合は、こう考えていた・・・

やるべきことをしているか？

お客様のお買い物をお手伝いするために、私たちがやるべきことをやっているか？

自分の責務は全力で果たす。

接客販売が楽しくなるマインドセット

私の場合は、こう考えていた・・・

決めるのはお客様

自分の責務は果たした。

お客様が「買わない」と決めた。

それだけ。

接客販売が楽しくなるマインドセット

私の場合は、こう考えていた・・・

**「言いたいことを言う」が
理想のお客様**

私たちが成長するためのヒントをどんどんくれる。ありがたいお客様。

2024.07.23 津田まみえ

来店目的を掘り下げる3日間チャレンジ

CONCEPT ~ どんなチャレンジなのか？

3つのワークブックで来店目的を掘り下げる練習をします（無料でチャレンジできます）

GOAL ~ チャレンジして目指すことは何か？

お客様の「言葉の背景」を意識することを目標にしたワークブックです

RESULT ~ チャレンジで得られることは何か？

すぐに使える声かけパターン9個を作成します

下記URLより案内ページをご覧ください

<https://mamietsuda.com/3-day-trial/>

2024.07.23 津田まみえ