

こんなところに!

# 接客

のプロフェッショナル

今月は  
家電量販店の  
店員



お客様の印象に残る、想像の一步先をいく接客は重要です。さまざまなプロフェッショナルによる「マニュアルを超えた接客テクニック」を通じて、営業や接客をする上で大切なサービスのヒントを、接客コンサルタントの菊地麻衣子さんに解説してもらいます。

## 家電量販店の店員とは…

### 「商品を分かりやすく説明する」プロフェッショナル

日用品と違い、生活家電は一般的に5年から10年に一度の買い物。そのため、シーズンごとに出る新商品の知識を常に持っている利用者は少ないのではないのでしょうか。そこで頼りになるのが家電量販店の店員。商品知識を常に最新にしておくだけでなく、どんなお客さまに対しても商品の特徴を使用シーンに合わせて分かりやすく説明するプロフェッショナルです。

#### お客さまの商品に対する理解度はそれぞれ

洗濯機の買い替えを検討中のお客さまへの接客の場合、店員は要望や現在使用している洗濯機の課題をしっかりと会話の中でヒアリングし、その人に合う商品を紹介します。実は、このヒアリングの際に、お客さまが事前にどれくらい情報収集されて、商品知識を持ち合わせているのかも併せて確認しているのです。商品に精通しているお客さまに対して表面的な特徴の説明や、かみ砕いた言葉を使いすぎると、物足りない説明になってしまいます。逆に、商品のことをまったく分からないお客さまに対して専門用語を使うと、伝わらない説明になってしまいます。お客さまごとに使う言葉を使い分けられるのが、分かりやすい説明のプロフェッショナルです。

#### 商品を利用するイメージが購入をあと押し

家電量販店のトップ店員は「商品の特徴だけではなく、その商品を購入すると生活がどのように変わるのかという効果まで伝えている」といいます。洗濯機の大きな音に課題を感じているお客さまであれば、まずは「これはとても静かで、従来商品の5分の1の静かさになっています」と特徴を説明。この時、実際の音の体感や、他商品との比較をしてもらいます。そして「これを購入すれば就寝中に洗濯ができ、朝起きた時には仕上がっています。お忙しい朝の時間に少し余裕ができるかもしれません」と、お客さまが商品購入後のイメージをしやすいよう、もたらす効果を具体的に伝えることで購入をあと押ししています。

## これが接客テクニック

### 『理解度に合わせて言葉で説明する』

- ・会話を通して商品への理解度をヒアリングし、お客さまに合わせて説明に使う言葉を使い分ける。

### 『商品の特徴だけでなく、購入後に得られる効果を伝える』

- ・他商品との比較や、実際に触れてもらった体感で特徴を伝えるだけでなく、購入後のイメージを広げるために、得られる効果を具体的に伝える。



## あなたも今日から、接客のプロフェッショナル

### お客さまの理解度に合わせて言葉で、特徴と効果を具体的に伝えよう。

商品への理解度や知識はお客さまごとに異なります。会話の中でそれらを見極め、一人ひとりに合わせた説明をしましょう。また、具体的な効果を伝えることで、お客さまは利用シーンをイメージしやすくなります。

菊地 麻衣子 (きくち まいこ)

&MIND代表、日本航空で国際線客室乗務員として勤務後、高級会員制ホテルのコンシェルジュとして従事。独立後は接客とメンタルヘルスをテーマに、研修・講演・コンサルティングを行っている。著書に「イヤ!」と言ってもこじれない、嫌われない!「ちょうだい」「言い直し」と「振る舞い」!「絶対に身につけたい 本物の接客」(共に明日香出版社)。

