

こんなところに!

接客

のプロフェッショナル

今月は
花屋さんの
店員



お客さまの印象に残る、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。

花屋さんの店員とは…

「お客さまの数だけ商品をアレンジする」プロフェッショナル

お花や菓物の品揃えは季節や仕入れごとによります。さらに、記念日のギフトからお見舞いまで、さまざまなお客さまの用途や要望に合わせるため、アレンジは「花の種類×お客さまの数」と無数にあります。花屋さんは接客のテクニックを使いながら、お客さまの数だけ商品をアレンジするプロフェッショナルなのです。無数にある中からどのようにアレンジを決めているのかをステップに分けて見てみましょう。

ステップ1 「用途」「予算」で土台を作る

お花は使う用途やマナーによって、アレンジする花がある程度のカテゴリーに分けられます。例えば、入院のお見舞いには、鉢植えは根付く(寝付く)ことを意味するのでNG。また、花瓶がないことを考慮して花束ではなくアレンジメントが適切とされています。お客さまから用途を伺い、花束が良いのかアレンジメントが良いのか、花の種類や香りは何が適切かを絞り込みます。さらに、予算によってできあがりの大きさや使える花の種類が変わるので、予算に合わせて商品の土台を組んでいくのです。

お客さまは全く形のない状態で「どんなものが良いですか?」と聞かれても、自分の希望を伝えるのは難しいものです。ある程度の土台を見た段階で、初めて「良い/悪い」や「好き/嫌い」の判断がつくでしょう。

ステップ2 贈る相手への「想い」をアレンジに組み込む

土台を作ったら、さらにお客さまの好みに近づけていきます。ここで大切な考え方は、贈り物の場合、「最終的に受け取る人が喜ぶもの」が目の前のお客さまの満足につながるということです。

そこで、お客さまが贈る相手の「年代や性別、好きな色」などを伺いながらイメージを固めていきます。筆者は、10代で亡くなった姉の命日に供える花束について花屋さんに相談した際、元気だった姉のイメージを伝えたところ、ヒマワリの花束を提案してもらったことがありました。お供えといえば白やブルーの地味なものを想像していたので意外でしたが、姉にぴったりでとてもうれしかったことを覚えています。プロの花屋さんは、贈る相手への「想い」までアレンジに組み込んでいるのです。

これが接客テクニック「贈る相手が喜ぶことがお客さまの満足につながる」

ステップ1 「用途」「予算」で土台を作る

- 用途や予算によって、花の種類を絞り込み、花束・アレンジメントなどから適切な形を選んで、商品の土台を作る。

ステップ2 贈る相手への「想い」をアレンジに組み込む

- 贈る相手の年代や好みなどを伺い、商品を仕上げる。



あなたも今日から、接客のプロフェッショナル

お客さまの要望、用途、予算などをお伺いするだけでなく、最終的に商品を受け取る相手が喜ぶことまで配慮して対応しましょう。

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! ちょうどいい! 言い回し」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)。

