

## 《新入社員研修》

# 購入顧客との面談 ⑥ その2

### ■自己開示・能力開示の目的＝類似性の法則

プロフィールにはお客様との共通点が見いだせるような内容にしておく必要があります。

出身地や出身校、家族構成や、ペット、好きな食べ物、旅行に行った先などです。

ここで一つだけでもお客様が自分との共通点を見つけてくれると、そこから話がはずんでグッと距離が近くなります。お客様が笑顔になってくれることもあります。これをコミュニケーションの世界では「類似性の法則」などと表現することもあります。当たり前ですが、「人は自分と共通している部分を持っている人に好感を持つ」ということです。

「な～んだ、こんなことか。くだらねえなあ」という印象を持つ人が業界の約9割。だからやらない。だからトップセールスといわれる人は1割ぐらいしかいないのでしょうね。

お客様から「〇〇さんの家もネコがいるんだね。うちにも2匹いるよ」、「そーなんですね。これがうちのネコです（写真を見せる。もしくはプロフィールに記載しておく）」とペット談議で数分間雑談ができます。

### ■意味のある雑談

お客様との初期段階の接客では「アイスブレイク」を目的とした雑談を行います。上記のプロフィールからお話を発展させられることが多くあります。お仕事ですから、お友達と話をしているような「雑談」では意味がありません。たまに勘違いをして、ホンキで雑談をしてしまう人もいますので、ご注意ください。

「うちもネコがいるんだよね」と言ってくだされれば、戸建かペト可のマンションを提案すべきお客様だと分かります。

「〇〇さんもランナーなんだね。私もフルマラソンを何度か完走したんです」と言ってくだされれば、ご自宅の周辺でジョギングなどができる環境があるエリアで提案したほうがいいかも知れないな。

「うちの子供も今2歳。〇〇さんのお子様はいつぐらいから歩きだした？」と質問されれば、それに答えながら、「このお客様は保育所（保育園）の情報も一緒に提供したら喜んでくれるかも知れないな」というヒントがいただけることもあります。

次回も、引き続き買い主との面談を行う際のポイントを継続して解説します。

株式会社RIAコア・ブレインズ

代表取締役 土屋克己

RIAコア・ブレインズのEラーニング：基本編から応用編まで

<https://ria-corebrains.co.jp/about/e-learning>