

販売不振を打開するヒントとして、売り場や店、販接客に関する言葉をピックアップ！！

松下幸之助商売戦術30カ条 ～恐慌から戦争へ向かう時代 販売店に説いた不変の檄（げき）～

第6条 売る前のお世辞より売った後の奉仕、これこそ永久の客をつくる。

店はお客が選ぶもの。選択権はお客の側にある。ではなぜ選んでその店に行くのか。欲しい商品があることは当然として、安いことや買いやすいこと、近いからとさまざまな理由がある。気持ちよく、楽しく快適に買えるからという場合も多いだろう。

例えば、アパレルショップの店員に甘い言葉で商品を勧められて、その気になっても、レジで商品をぞんざいに扱われたら、二度と行くものかと思ってしまうのではないか。

売ることばかりで買う人のことを考えていないとその態度やしぐさににじみ出る。お客はそんな店員を見抜く。

逆に、気持ちよく買い物ができる、アフターフォローの対応も親身に行ってくれたら、お客はその店のファンになるはずだ。

第7条 お客様の小言は神の声と思って何ごととも喜んで受け入れよ。

「お客様は神様です」という歌手の言葉が広まったこともあって、「お客なら何をやってもいい」＝「お客の言うことはすべて受け入れなければならない」と思う向きもあるかもしれない。しかし、この言葉は、クレームはすべてお客に言われるがまま受け入れるということではない。

神様でも良い神様と悪い神様がいます。ここでいう神様とは、気づきの神様だと思う。店や自分たちの商品、接客など商売における買う側からの要望や提案、意見が「お小言」という形で気付かせてくれるのだ。

まず、お客の言葉を素直に受け入れ、その中から、必要なことや大切な意見を取り入れることでよりお客に寄り添った店になる。

第13条 品物の取り換えや返品にこられた場合は、売ったときよりも一層気持ちよく接せよ。

意図的なクレームでもない限り、ほとんどのお客は、自分の都合で返品や交換に訪れた際、申し訳ない気持ちを持っている。その時に、気持ちのいい対応をされたら、「この店はいい店だ」と思うだろう。

その店のファンになり、繰り返し来店し、結果、返品や交換以上金額を購入してくれることも少なくない。

第6条と同じく、顧客づくりのためのアフターフォローの重要性を述べた言葉である。

（参照：商業界 2020 2月号：作成日 R2.1.23/作成者：中小企業相談所 山本）

肯定的に捉えることで配慮や付度だけでは成しえない成功が見い出せます！

電通を国内で1位、世界でも有数の広告会社へと発展させた吉田秀雄。1951年に彼が仕事に対する心構えとしてまとめたのが「鬼十則」です。

「過度のハードワークを強いる」というネガティブなイメージも強いですが、その一方で、肯定的に捉えることで配慮や付度だけでは成しえない成功が見いだせるのではないのでしょうか。

吉田秀雄 電通「鬼十則」 ～ 「自身の夢」を追う若者へのエール～

- ① 仕事は自ら創るべきで、与えられるべきでない。
- ② 仕事とは、先手先手と働き掛けていくことで、受け身でやるものではない。
- ③ 大きな仕事と取り組み、小さな仕事はおのれを小さくする。
- ④ 難しい仕事を狙え、そしてこれを成し遂げるところに進歩がある。
- ⑤ 取り組んだら放すな、殺されても放すな、目的完遂までは……。
- ⑥ 周囲を引きずり回せ、引きずると引きずられるのでは、永い間に天地のひらきができる。
- ⑦ 計画を持って、長期の計画を持っていれば、忍耐と工夫と、そして正しい努力と希望が生まれる。
- ⑧ 自信を持って、自信がないから君の仕事には、迫力も粘りも、そして厚味すらがない。
- ⑨ 頭は常に全回転、八方に気を配って、一分の隙もあってはならぬ、サービスとはそのようなものだ。
- ⑩ 摩擦を怖れるな、摩擦は進歩の母、積極の肥料だ、でないと君は卑屈未練になる。

（参照：商業界 2020 2月号：作成日 R2.1.31/作成者：中小企業相談所 光安）