

なぜ人はハズよりも
フックが好きなのか?

お客様&スタッフの心に届く!!
《あなたのチームの元気力UPセミナー-応用編》

ECで情報武装したお客様は、商品の品質よりも商品(ブランド)のストーリー&イメージへの共感や信頼など、自分の「認識事実」を大切にしています。これまでの「商品情報」に偏りがちな販売教育から一歩踏み出して、お客様の「気分・心地」に直接働きかける力を身につけることが必要です。

そこで今回は、お客様とスタッフのタイプ別対応力を学んだ春の勉強の応用編として、脳科学の法則を活用してお客様の「これ欲しい!」・スタッフの「やるぞ!」を引き出す会話を磨きます。また、お客様の目に映る「店」を事例に取り上げて、before&after で修正改善テクニックをリアルに検証します。

〈記〉

- と き / 2019年11月19日(火) 14:00~16:00 2時間
- と ころ / 中野坂上・日本専門店協会会議室
東京都中野区中央 2-2-8 STN ビル 3 F (TEL: 03-5937-5682)
- 定 員 / 10名 (1社複数名受講可)
- 参 加 費 / 5,000円(税別) [一般 8,000円(税別)]
- お支払方法 / 申込受付後、受講票・会場案内図とともに請求書をお送りいたします。
- お 願 い / 一度お申込み・ご購入いただいた参加証のキャンセル・払い戻しは勉強会中止の場合を除き、いたしかねますのでご了承ください。

研修講師：藤永幸一氏プロフィール

東京都出身。1978年(株)鈴屋入社。各店店長を経験後、子供服NU事業部長として最高益を達成。鈴屋事業本部商品部長として本部統括MD&店舗マネジメントシステム構築。鈴屋事業本部パチカル事業部長などを歴任。(株)藤井 GUESS ブランド事業部長を経て、2000年(有)レックス設立。サンエーインターナショナルをはじめ多くの企業やSCでリテール現場の活性化コンサルティング&教育にあたっている。

日本専門店協会・事務局宛 (FAX 03-5937-5683)

M

2019年11月19日 あなたのチームの元気力UPセミナー 参加申込書

貴社名			
住所	〒 _____		
ご担当者	部署・お役職	ご氏名	
	TEL ()	—	FAX () —
ご参加者	お役職	ご氏名	
	お役職	ご氏名	
	お役職	ご氏名	

【相手の心を掴む7つの会話テクニック】

《 応用編のポイント 》

従来、「商品品質（情報）」を重視した販売指導が行われてきましたが、ECの浸透でお客様は必要な情報を事前に入手できる環境になりました。ではなぜお店に足を運ぶのか？ お客様を購買に導く効果的な働きかけはなにか？

またスタッフに対しても、責任・権限・評価を整え、成果につながるマネジメントを工夫してきました。それでも、定着率は低いのが実情です。ではなにが不足しているのか？ スタッフにやる気をもたらし効果的な働きかけはなにか？

楽しい買物をしたい＝お客様の購買行動を促す「7つの会話テクニック」とは？

いい仕事をしたい＝スタッフのやる気を促す「7つの会話テクニック」とは？

STEP1 「コカ・コーラは好きですか？」

☞なぜ、人はペプシよりもコークが好きなのか？

1. コカ・コーラとペプシの100日戦争
2. 「商品品質」と、「認識事実」
3. 「商品品質」マネジメントから、「認識事実」マネジメントへ

STEP2 「相手の心を掴む7つの会話テクニック」

☞「脳科学的」行動から見える法則の実践応用

- | | |
|-----------------------|--------------|
| 1. 初頭効果+シンクロニー効果+同調効果 | 知識のサプリメント 37 |
| 2. 初頭効果+親近効果 | 知識のサプリメント 38 |
| 3. 一貫性の法則 | 知識のサプリメント 31 |
| 4. 返報性の法則 | 知識のサプリメント 30 |
| 5. 接近欲求、回避欲求の法則 | 知識のサプリメント 29 |
| 6. ピークエンドの法則 | 知識のサプリメント 26 |
| 7. メラービンの法則 | 知識のサプリメント 25 |

STEP3 「店頭ゼロ印象診断」の勧め

☞お客様の目に映っている「店」

【資料】「レックス・タッチ」会員番号 13 pw : recs. jsa

☞有レックス mail: fkoichi@nifty.com