

これを見ずにセールス・個別面談に挑んではいけません!

**個別面談で失敗することなく高確率で
バックエンド商品を成約させる!**

35の実践アドバイス集

面談前

- | | | | |
|---|--|----|--|
| 1 | <input type="checkbox"/> 事前連絡はしましたか？(目的の明確化、場所、時間、持ち物の確認など) | 7 | <input type="checkbox"/> 面談時のイメージトレーニング、シミュレーションを行きましょう。 |
| 2 | <input type="checkbox"/> 事前連絡時に、自社の情報を送っていますか？(HP、ブログ、メルマガなど)事前接触し信頼確立および専門家としてのポジション確立を意識しましょう。 | 8 | <input type="checkbox"/> メインサービスをプレゼンする提案書は作っていますか？ |
| 3 | <input type="checkbox"/> 面談前に自分の気持ちやテンションを上げるための儀式を取り入れてみましょう。(例:気持ちが高まる音楽を聴く、動画を見るなど) | 9 | <input type="checkbox"/> 提案書はちゃんと相手が成果を手に入れることをイメージできるものになっていますか？ |
| 4 | <input type="checkbox"/> 面談相手の情報をチェックしていますか？(会社名や名前をgoogleやFacebookで検索し、ホームページやブログ、Facebookのタイムラインをチェックし、相手の困りごとや悩み、理想像などの仮説を立てるようにしましょう。) | 10 | <input type="checkbox"/> 顧客の不安や断る理由を排除できるQ&Aや反論処理トーク、または特典やサポートなどでカバーできていますか？ |
| 5 | <input type="checkbox"/> 事前にアンケートをとってみましょう。アンケートを取ることで相手の悩みや問題点を事前に聞き出すことができ、当日スムーズに話を展開していくことができます。 | 11 | <input type="checkbox"/> 価格設定は、「価格以上の価値」になっていますか？価格を下げることにフォーカスするのではなく、より高く提供し、価値も高くしましょう。 |
| 6 | <input type="checkbox"/> 服装はちゃんとTPOをわきまえた服装になっていますか？おしゃれよりも清潔感やサイズが重要です。 | 12 | <input type="checkbox"/> 価格設定は、あなたの「覚悟」の表れです。低く設定しようとしているということは、覚悟がない証拠です。顧客に成果を提供する覚悟＝価格なのです。それを踏まえて商品・サービス作り、価格を設定しましょう。 |
| | | 13 | <input type="checkbox"/> 支払い方法のバリエーションは用意していますか？銀行振込、口座振替、クレジットカード決済(一括、分割)対応していますか？今後クレカ決済は必須です。 |

面談時

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 14 | <input type="checkbox"/> まずは信頼の確立が最も重要です。テンションはやや高めめに。自分の普段の3割増しを意識しましょう。 | 25 | <input type="checkbox"/> 過去、未来、現在の順番でヒアリングをしていくとスムーズに面談を進めることができ、なおかつ相手も違和感なく話をしてくれます。 |
| 15 | <input type="checkbox"/> お客さんが来たら、まず笑顔で挨拶をして迎える。 | 26 | <input type="checkbox"/> 上記の質問からどんどん質問をして話を広げていく。「どうしてですか？」「何でそう思ったんですか？」「もっと詳しく教えてください」「それどういうことですか？」など。 |
| 16 | <input type="checkbox"/> 「本日は貴重な時間を使ってお越しいただきありがとうございます」と時間を割いてくれたことに感謝の意を表す。 | 27 | <input type="checkbox"/> 話をするバランスはこちらが3割、相手が7割を意識し、基本的には聞き手に徹すること。 |
| 17 | <input type="checkbox"/> 面談は必ず相手の目をしっかりと見て話すこと。(目を合わせるか合わせないかで言葉の伝わり方が全く違う) | 28 | <input type="checkbox"/> こちらが話す時は、「です」「ます」など言い切り型を意識し、「だと思えます」などはできる限り言わないように。あくまであなたは相手にとって先生・専門家です。自信を持って断言しましょう。 |
| 18 | <input type="checkbox"/> 怖い顔にならないように表情は常に意識すること。笑顔と真顔のバランスを保つ。やや笑顔がベター。 | 29 | <input type="checkbox"/> セールスは売り込みでなく、相手を悩み・苦しみから救い出し、それをあなたが手助けするための第一歩です。セールスを通して相手に決断(=変わることをコミット)してもらわないとそもそも相手を助けられないのです。 |
| 19 | <input type="checkbox"/> 相手と話すペースや声のトーンを合わせるように意識しましょう。 | 30 | <input type="checkbox"/> 丁寧にYESセットを積み重ねること。これが信頼関係の構築に不可欠です。 |
| 20 | <input type="checkbox"/> 相手と視線を合わせたり、しぐさを合わせるようにしましょう。 | 31 | <input type="checkbox"/> 「検討します」はただの口癖で、本当に検討しようなんて思っていません。その時は、「ありがとうございます、〇〇さんには今絶対に必要だと断言します。ぜひ検討してみてください。ちなみに、どんなことを検討されるんですか？」 |
| 21 | <input type="checkbox"/> 出来る限り真正面に座るのでなく、相手の向かって左側に座るなどしてやや斜めの位置で座る。(心理的な抵抗感が和らぐ。真正面だとどうしても敵対心が出る) | 32 | <input type="checkbox"/> 「金額が高い」という言葉は、「まだその商品・サービスの価値が伝わっていません」という意味です。もう一度しっかりと価値を伝え直しましょう。 |
| 22 | <input type="checkbox"/> まずはアイスブレイクをかねて雑談を。(雑談は考えておきましょう) | | |
| 23 | <input type="checkbox"/> 雑談は、相手の土俵で話をしましょう。(間違ってもこっちの話題にはしないように) | | |
| 24 | <input type="checkbox"/> 一番最初の質問としておすすめは、「いきなり変なこと聞くんですけど、〇〇さんって何でこのお仕事をされようと思ったんですか？」という切り出し方です。 | | |

面談後

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 33 | <input type="checkbox"/> お礼メールを送りましょう。成約に結びつかなかったとしても、別のタイミングでまた成約につながることもあります。メルマガやFacebook、LINE、ニュースレターなどで定期的に接触機会を持つようにしましょう。 | 35 | <input type="checkbox"/> 成約になった場合、必ず翌日までにはお礼メールと申し込み確認メール、入金および決済のご案内をするようにしましょう。申し込み後というのは実はとてもナイーブです。丁寧な対応をしましょう。 |
| 34 | <input type="checkbox"/> 成約したとしても3日間はとてもナイーブな時期です。丁寧な対応と何かしらの連絡をするようにしましょう。連絡がママにあると相手は安心感が増します。検討されるんですか？」 | | |

著作プロフィール



株式会社マーケティング・エッセンシャルズ 代表取締役
一般社団法人Webコピーライター育成協会 代表理事
先生業・個人起業家のためのマーケティングスクール「IEA」主宰

栃本 常善 TOCHIMOTO TSUNEYOSHI

メルマガ「Essential Marketing」は読者2000人
奈良県生まれ、関西外国語大学卒業 人材派遣会社に就職するも、新卒1年目にリーマンショックの影響で手取り給与12万円というどん底から社会人1年目。

大阪希望を出すも通らず配属は豊橋市。関西のポケットコミ文化が通用せず、苦勞する。このまま平凡な人生で終わりたくないと思い、3年経過後にWeb系のベンチャー企業に転職。Webは素人で業界に飛び込んだが、だんだんその仕事にのめり込むようになり、2年間はまったく売れなかったが、だんだんWebコンサルタントとして既存顧客や紹介で契約をコンスタントにいただけるようになり、蓋を開けてみれば、全社トップセールスとして年間表彰される。そして、さらにクライアントに貢献できるコンサルタントになる!と決め、本格的にマーケティングを独学で学び始め、マーケティングコンサルタントとして独立を決意。そして約1年後の2015年4月に独立、2017年8月に株式会社マーケティング・エッセンシャルズを設立。これまで8年間で85業種、3500人以上の起業家と直接面談をしてきてコンサルティングのやり方を確立。

ビジョンは、「世の中に本質的なマーケティングを浸透させること」

基本情報

株式会社マーケティング・エッセンシャルズ

〒460-0003 愛知県名古屋市中区錦3丁目4-12 SUZU1 02 ビル4F
TEL:050-3561-8679 / FAX:052-308-1710

Webサイト <https://www.marketing-essentials.jp/>

栃本常善個人ブログ <https://tochimototsuneyoshi.com>

栃本常善のPodcast <http://bit.ly/2Lh5W58>

YouTubeチャンネル <https://www.youtube.com/user/tsunetochi/videos>

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

このレポートの著作権は栃本常善に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。