

最強集客メソッド

『プロの気にかかけ』

『プロの気にかかけ』とは何か？



プロフェッショナル

プロだからこそその経験に基づいて
「お客様の気持ちを確かめる」こと

なぜ、『プロの気になけ』 が必要なのか？



商品の話をしようとした時に
「売り込み」になってしまい、
その結果、**契約が取れない人**
がいるから

そういう人は、売れるチャンスが
あっても逃してしまう。

でも・・・

『プロの気にかかけ』をすれば、
必ず売れるようになる。

『あなたレター』を渡して、
お客さんが笑顔で話している時・・・



家の傷みに**気付いた**のに、
それを指摘すると、
売り込みになると思い、
帰ってきてしまった。

《リフォーム業》

『あなたレター』を渡して、
お客さんが笑顔で話している時・・・



古い保険のままになって
いるので、**解決策を提案して、**
断られてしまった。

《保険業》

重要ポイント

『プロの気にかかけ』は・・・

「売り込み」につながる、
「必要性の指摘」ではなく、

プロだからこそその
お客様の気持ちの確認

間違いやすい点として・・・

《リフォーム業》

「お宅の家では、壁にヒビなど入っていませんか？」



『プロの気につけ』ではなく「ニーズ喚起」

= お客様は、不安を煽られ警戒の気持ちになる

『プロの気になかけ』は・・・

《リフォーム業》

「先ほど伺った奥様が、壁のヒビが入って
気になるのよね、と言っていたんですが
奥様(ご主人)は大丈夫ですか？」



プロフェッショナル

お客さんが「心配」「困っている」「不安」
かどうかを**確認するだけ**。

多くのお客さんはこう答える

《リフォーム業》

「先ほどの・・・奥様(ご主人)は大丈夫ですか？」



「あれね、大丈夫です」 「ちょっと気になってるけど」



「先立つものがないから」

「先立つものが」と言われたら・・・

「そうですね。1000円や2000円の
買い物ではないですからね。」

完全肯定する

『プロの気になかけ』とは、

「お客様気持ちの確認」

だけをする事。

プロとして多くの経験があるのに、
それを活かしてお客さんに
「大丈夫か（気持ち）の確認」をしないのは、
プロではない。

『プロの気になかけ』をすると、 何が起こるのか？

実例その1

『プロの気になかけ』をした数日後に、
電話がかかってくる。



ちょっと、壁のヒビ、
詳しくみて欲しいんだけど

実は「先立つものがない」と言っても、
気になって**家族に相談**していた。



それなら、見てもらった方
がいいんじゃない！？

『プロの気になかけ』をすると、 何が起こるのか？

実例その2

次の訪問のときに、相談される。



やっぱりちゃんとやった方
がいいのかしらね。

『プロの気になかけ』をすると、 何が起こるのか？

実例その3

『プロの気になかけ』をしていない
お客さんからも連絡や相談が増える。

ちょっと気になることがあるんだけど...

『プロの気になかけ』をいつもしていると、
お客さんにとってあなたは
頼りになる存在になる。

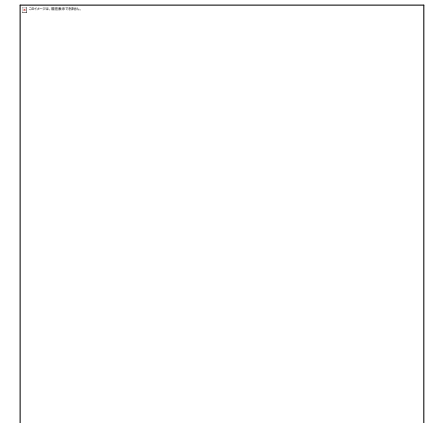
『プロの気かけ』は、
ニーズ喚起でも提案でもなく、

プロだからこそ出来る
「お客様の気持ち」を**確認**すること。

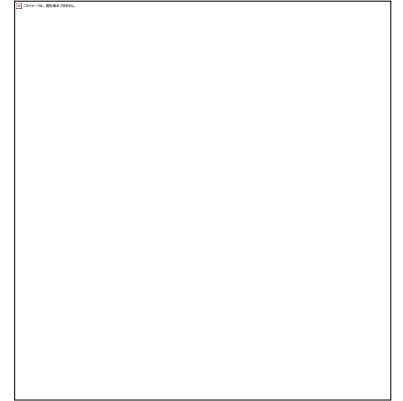
それに対してお客さんは
気にしているかどうかを
振り分けるだけ。

けっして必要性を訴えない。

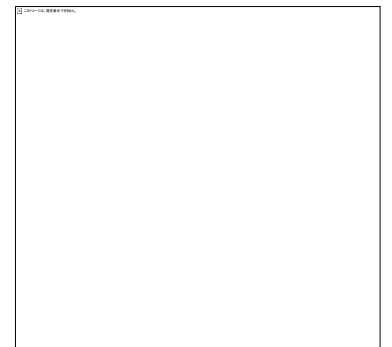
『プロの気にかけて』をやり続けていくと、
お客さんと会ったときの、
フォーカスが変わる。



どうしたら、
このお客さんから契約が取れるか？
→ 契約(コト)にフォーカス。



このお客さんは気になっているのか？
それとも気にしていないのか？
→ お客さんの気持(ヒト)にフォーカス



お客様の気持ち(ヒト)に
自然とフォーカスするようになると・・・

『あなたレター』や『商品チラシ』に書く内容が変わり
送るだけでガンガン反響が来る
ようになる。

早速、明日から
『プロの気にかかけ』を実践しましょう！