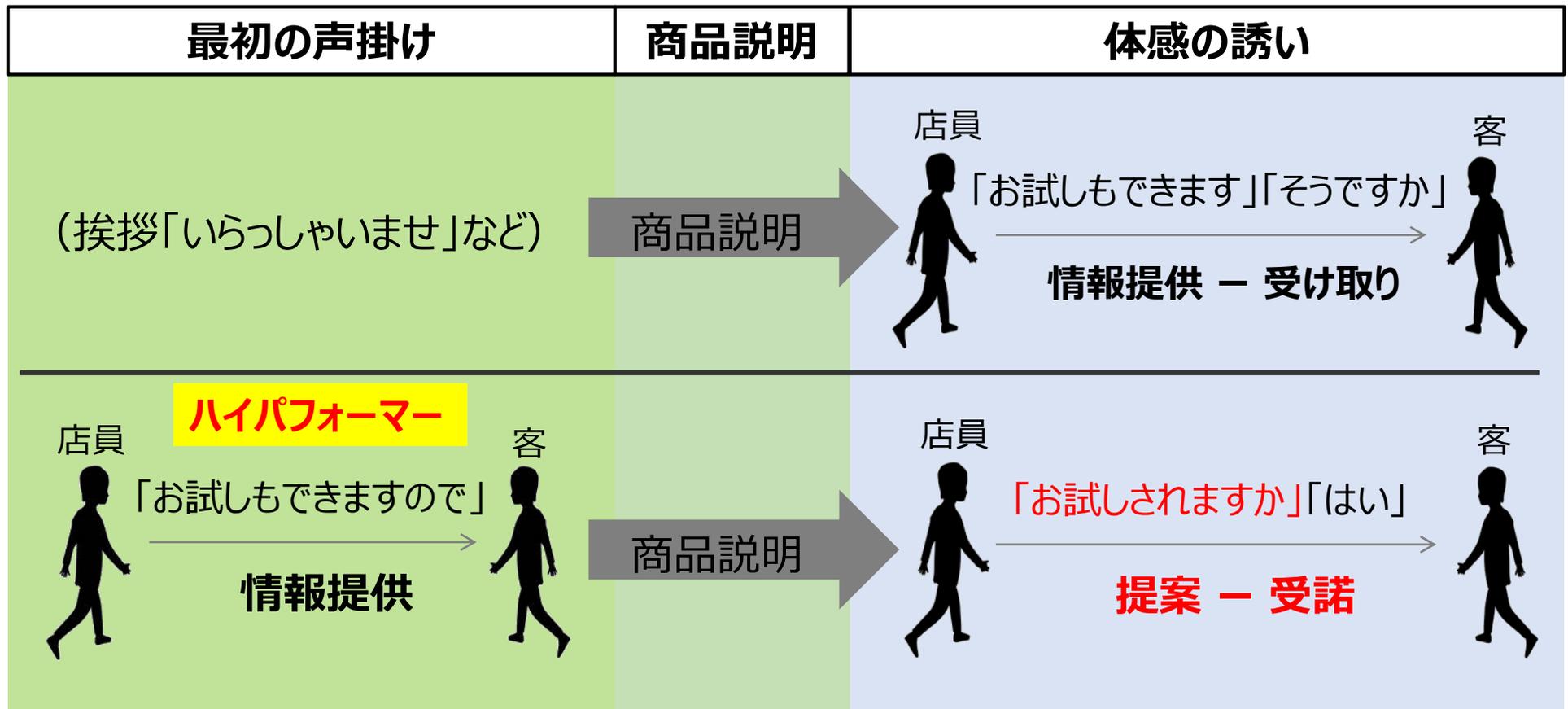
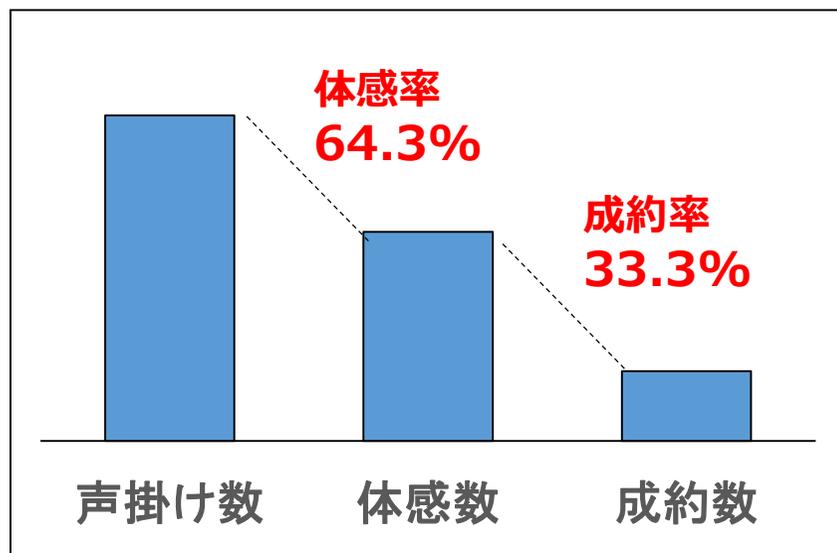


◆ “お試しできる”情報提供を先に行う：  
最初の声掛けで「お試しできます」と言ってから  
商品説明をする

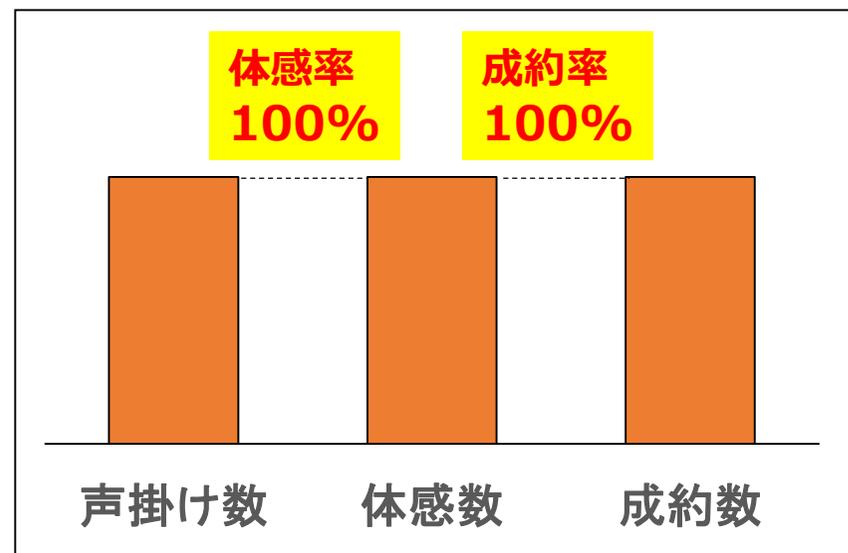


# 7-1. ハイパーフォーマーのノウハウ①

最初の声掛けで  
「お試しできます」と言わなかったケース



最初の声掛けで  
「お試しできます」と言ったケース



最初の声掛けで「お試しできます」という情報提供を行ってから商品説明を行うことで、体感率・成約率が高まる

### ◆ 感覚の伝達・転換を行う： お試しを促すために、実際にやってみせる

- ・店員自らが触ってみせる。
- ・ただ触るだけでなく、「気持ちいい」「柔らかい」などの言葉で、**触ってどう感じるべきか**を伝える。
- ・お客様が感触を確かめ、**コメント（評価）**するまで待つ。

店員が触る



気持ちいい  
ですよ

お客様が触る



ああ！

ベッドで体感

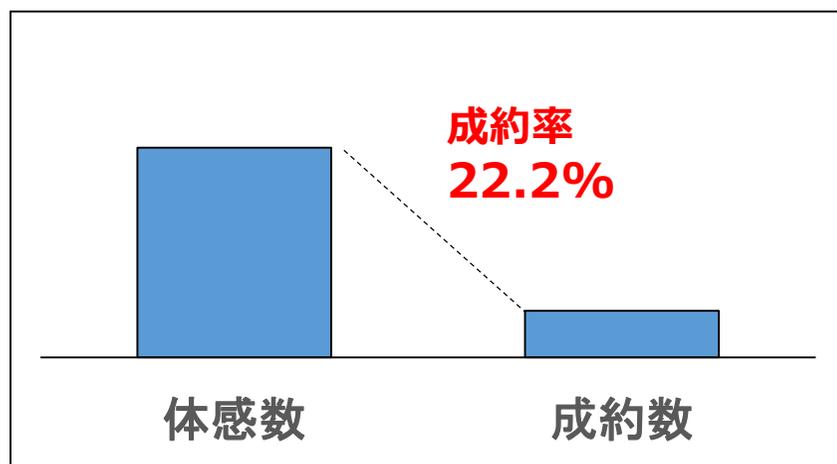


寝た方が  
分かります

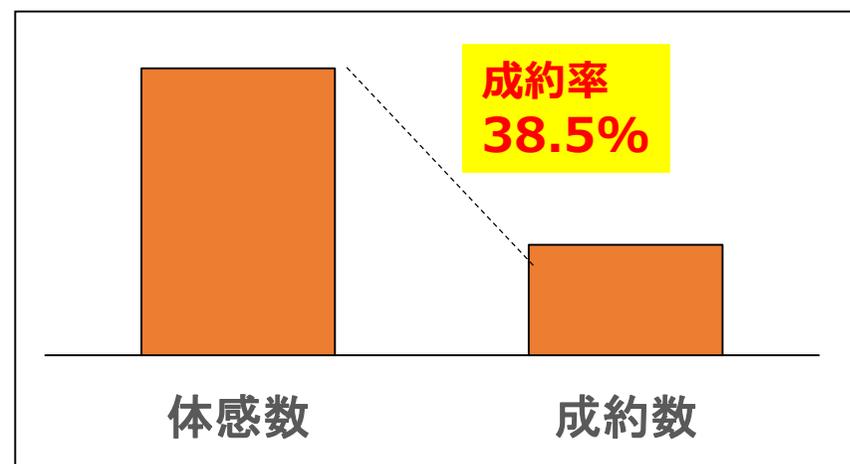
## 7-2. ハイパーフォーマーのノウハウ②

- 手による触覚、言葉による感触の伝達(「気持ちいいですよ」)などの「**感覚の転換**」を経て、体感へと誘う。
- お客様が商品に触って、コメントした後であれば、その**興味を「サポート」**する形で本格的な体感を促すことができる。

声掛け後、  
お客様から触感を確認したケース



声掛け後、  
店員から触感へ誘導したケース



**店員が触ってみせ「感覚の転換」を経て体感することで、成約率が高まる**

### ◆ パーソナルな質問をする： 個別対応で、お客様のニーズを引き出しその実現を サポートする

#### <パーソナルな質問例>

「今はどんな枕を使っていますか？」

「いつも低い枕を使っていますか？」

「ご自宅の敷布団はどんなのですか？硬めですか？」

「腰痛などお持ちですか？」

- お客様が要望や悩みを話された場合、聞き流さず**商品と結び付けて**  
**会話を展開する。**
- お客様からの質問やコメント・感想などが自発的にない場合は  
**店員からそれらを引き出し**、一方的な接客にならないようにする。

## 7-3. ハイパフォーマーのノウハウ③



## 7-3. ハイパフォーマーのノウハウ③

店員：あー結構凝ってらっしゃいま  
すねー

女性：そうなんですか？

店員：ねー

女性：<笑>

店員：わかんないです？

女性：（うなづく）

店員：この辺から固いですよ

女性：あ、そうなんだ

店員：うん。たぶん合っていないじゃ  
ないですか？今お使いなの

女性：あ、いや、あんまりー最近ちょ  
っと寝てないだけで<笑>

店員：あ、ほんとですか？

女性：はい<笑>

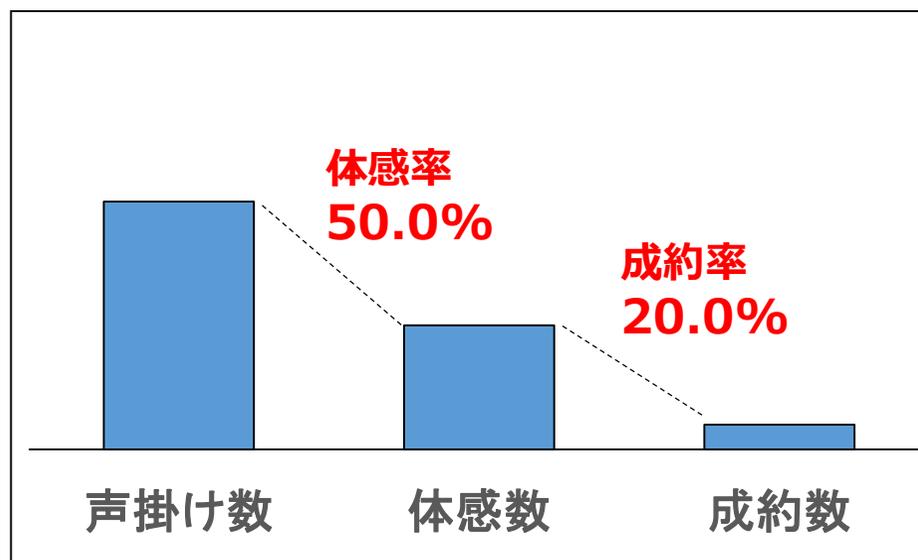
店員：ここが後頭部で、ここ首で肩  
なんですけど、いまベッドです  
か？お布団？

女性：ベッドです、はい

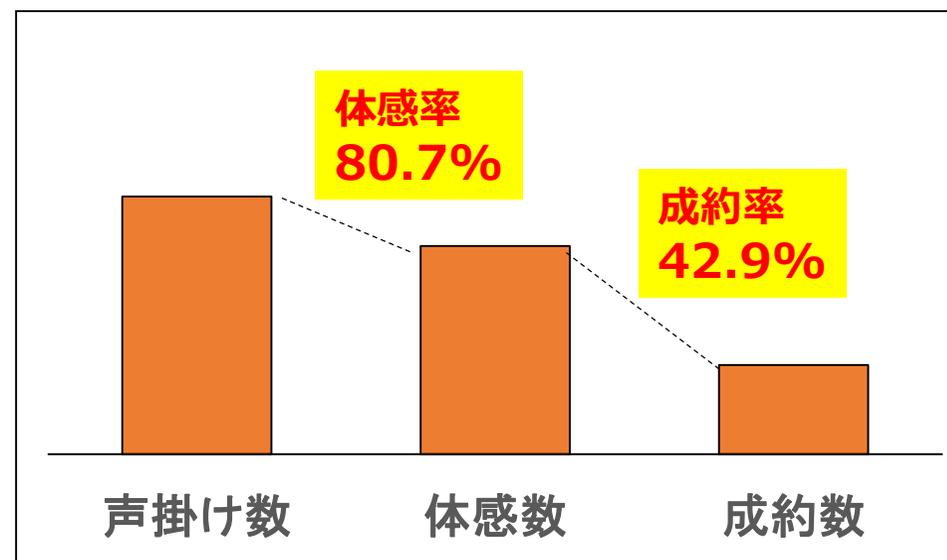
店員：ここの首のところとベッドの間  
に枕を埋めてあげなきゃいけ  
ないんですけども

## 7-3. ハイパーフォーマーのノウハウ③

声掛け後、  
パーソナルな質問を投げかけない場合



声掛け後、  
パーソナルな質問を投げかけた場合



お客様のニーズを引き出す個別  
対応で、体感率が8割を超え、  
成約率も高まる。

### 勉強会実施概要

調査・分析から得られたハイパフォーマーの接客方法について、A店(新店)で勉強会を実施した。

- 1) 店員4名を、2名ずつ2グループに分ける
- 2) 研修は1時間半。  
営業時間中に、各グループで時間をずらして実施
- 3) 場所は、入店しているテナントが借りることのできる貸会議室
- 4) 接客調査時に撮影した動画をプロジェクターで映し、  
ポイントを理解した

# 8. ノウハウの共有化～勉強会の実施～

**KCCS Exceed. Succeed.**

THE NEW VALUE FORUM  
**KYOCERA**

西川産業株式会社 御中  
シェスタリア店舗調査分析結果に基づく勉強会

京セラコミュニケーションシステム株式会社  
コンサルティング事業本部 サービスサイエンス課  
© KYOCERA Communication Systems Co., Ltd.

**ロールプレイング Case 1**  
お客様がマットレスを見ておられます。あなたはこの後どの様に接客しますか？

一般的な声かけ (最初の発話) → 少し待つ → 商品説明 → 少し待つ → 個別のニーズを聞き出す → 少し待つ

一般的な声かけ → 少し待つ → 商品説明をする → 少し待つ → お客様の個別ニーズを聞く → 少し待つ

よかったですら広げて比べられます

これは点で支えるタイプで...

今お使いのマットレスは固めですか？

**ロールプレイング Case 2**  
お客様が枕を触って感触を確かめられているようです。あなたはこの後どのように接客しますか？

比較材料の提供 → それへの評価の方向付け → お客様に感じていただく → お客様のコメントを引き出す → 体感の誘い

比較できる違う固さの枕を提供する → 評価を方向付ける → お客様が枕を触る → お客様がコメントする → 体感を誘う

前当たりも気持ちいいですよ

本当に気持ちいいですよ

寝てみるととっつきやすいですよ

◆最初の発話 Point 3

1. 「測定できます」を声掛けの際に言う  
→ 最初の声掛け時に「測定もできる」という情報の提供を済ませておけば、体感の誘いを受諾してもらいやすい。

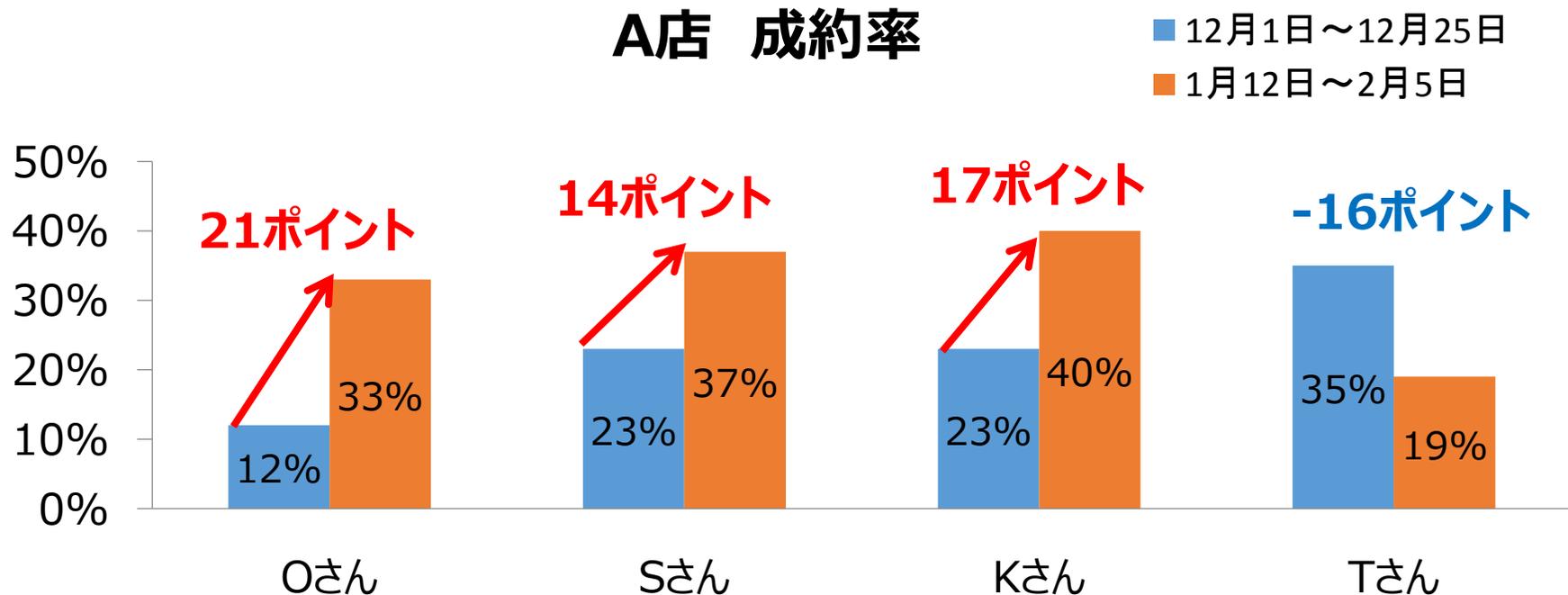
© KYOCERA Communication Systems Co., Ltd.



## 9. 勉強会後の実績変化

1月11日に実施した勉強会前後で、年末年始のセール期間を除いたKPIを比較したところ、新規店舗において成約率が向上した。

⇒**購買意欲を高める接客ができて**いることが伺える。

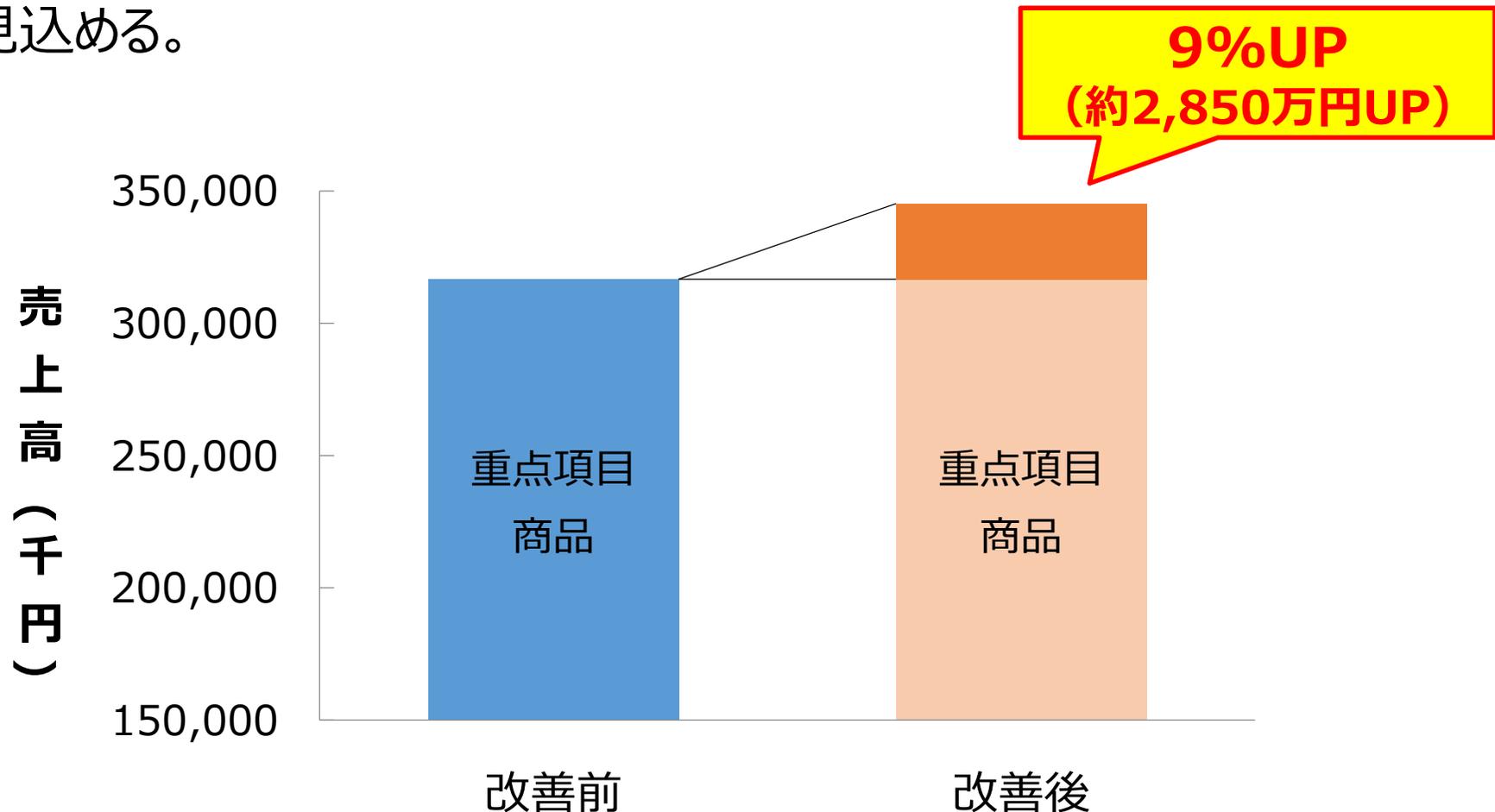


**平均9ポイント向上**

# 10. 今回の取り組みの改善効果

## 今回の取り組みによる売上高の増加見込み（試算）

今回の成果から、同業態の直営店の従業員全41名が改善した場合、年間売上金額 **9%（約2,850万円）の増加**が見込める。



# 1 1. 今回の取り組みメンバーの声

「接客には効果的な方法があるということを知ったので、実践につなげていきたい。」

「勉強会を経て、販売スタッフ皆の意識が変わったように思う。長期的に続けていけると良いと感じた。」

「接客の際、全体的に受身なところがあったが研修後は、お客様の為にも積極的にパーソナルな質問をする事を心掛けるようになった。」

「実際に自分達が働いている姿を動画で見られたことはとてもインパクトがあり、分かりやすかった。」

「ノウハウは、新店や入りたてのスタッフにとっては特に分かりやすく有効であると感じた。」

「実際の成約をあげていくためには、接客場面以外の問題もあると思うが、今回の取り組みを通して、改めて自分たちの仕事を見つめ直すことができ、大変勉強になった。」