
セールス・クロージングについて

アカデミーで創りたい未来

- 相互の紹介依頼
- 相互紹介コミュニティ

Webで集客	Facebook・Instagram
Webで興味付け	フロントエンド・バックエンド
信頼関係構築	Facebook・Instagram・メルマガ・リアル交流会

あなたのお客様はどんな人？

自分よりスキルがない、情報が少ない人にしか商品、サービスは販売することができないのです。

自分よりビジネスレベルが下の階層の人

この人たちにしか売ることとはできない階級制度で決まるということです。

セールスの形式

人数が多くなればなるほど一般的に成約率は下がるために、1対1の場面が最も成約率が高いです。

ビジネス初期は個別相談

一人一人クロージングする個別相談に来てくれる集客を目指しましょう。

成約率を上げるには？

集客に必要なのは暖かいオーラ(暖気)

セールスに必要なのは冷たいオーラ(冷氣)といわれます。

暖かいオーラとは？

・明るい・笑顔・暖気・温かい・面倒見がいい

冷たいオーラとは？

- ・本音で話す
- ・気を遣わない
- ・愛想がいい・優しい
- ・情熱的・行動的
- ・オブラートに包まない・ストレートに伝える・相手のために真実を伝える

セールスでは本音でズバッと言ってくれる人が信用される！

相手のために必要なことを伝えるのが本当の優しさ、つまり愛です。

セールス・マインドは、常に愛であること。

セールスのためのマインドセット

- 1) 自分の商品を高いと思わない
- 2) 結果にコミットしなくていい
- 3) お金を出さないと決めつけない
- 4) 安くしても相手のためにならない
- 5) 最初に早く失敗する

- 1) 自分の商品を高いと思わないこと

“私なんかがこんな高い金額で売ってよいのだろうか” ということがあります、相手を自分の商品やサービスで助けるということにフォーカスすることです。

あなたから買わなくても、結局誰かから買うのです。自分に自信を持ち、目の前の人を助けてあげると決めましょう。

- 2) 結果にコミットしなくていい

“お金をいただいたのに結果が出なかったらどうしよう”

結果を保証するのではなく、最後までサポートすることを保証するのです。

予備校に通っても合格できるのは一部の人です。結果を出すことへのプレッシャーは負わなくていいのです。

- 3) お金を出さないと決めつけない

“この人はお金がないからきっと買わないだろう”

無理してでも買っていただくのが最後は相手のためになる 高額エステや高級車にはお金は払うのです。目の前の人がお金がない、出さないと勝手に思い込まないことです。

4) 安くしても相手のためにならない

“仲のいい友達なので友達価格で値引きしてあげよう”

価格を下げることは相手の成功を奪うことになる。値引きは結果的に甘えになり、痛みを軽減するので相手は行動を起こさなくなり結果も出さないです。

5) 最初に早く失敗する

“提案して断られたらどうしよう”

最初から高額商品を売れる人、成約できる人はいないです。なぜなら、その良さがわかっていないからです。10人断れると、慣れもありブラッシュアップもできるので、これまでに成約に至らなかったのか見えてきます。

事前準備

個別相談前に用意

1) 提案資料

2) 面談会場

3) 分割決済システム

提案資料

パワーポイントの提案資料(20分以内で説明できる内容)

起動に時間が掛かると要領の悪さを感じます。

お客様に商品やサービスのこと以外のことを考える時間を与えないように。すぐに提案できるように 準備しておくことです。

面談会場

会場選びのポイント

-
- ・zoomやホテルのラウンジなど落ち着いて話せる場所
 - 特に女性ターゲットの場合は特別な場所がよい・山手線沿線など交通のアクセスがよい場所
 - ・自分がクロージングがしやすいホームを見つける

リアルでの席、テーブルでのポイント

- ・お客様の目線の先は壁にして気が散らないように
- ・テーブルに飲み物以外の物を置かず相手との壁を作らない
- ・入れ替わりのタイミングでテーブルは綺麗に拭く

分割決済システム

支払アカウントを作成

- ・銀行振り込み以外は決済システムを利用
- ・ストライプ
- ・スクエアなど

成約率をアップさせるために

成約率アップのポイント

個別相談前に以下を実施しておく

相手の記事にいいねを押す

面談相手の投稿している記事にいいねを押して面談前にできるだけ距離を詰めておく。コメントはやりすぎ感がないように注意。

熱い想いを発信

自分がなぜその仕事をしているのか、
将来目指しているところ、誰を助きたいのか 想いを発信して共感を得る。

相手のタイムラインを調査

過去一ヶ月くらいの行動の動向をインプットし さりげなく話題に出して信頼関係を作る。

成約を決める3つの要素

クロージングで行うこと

-
- 1) 失意のワーク
 - 2) 買わない理由の事前消し込み
 - 3) 断れないオファー＝欲しいと思うオファーづくり

1) 失意のワーク

個別相談で満足したら商品は買わないため痛みを与えなければいけない

ヘルプの一言を相手から言わせる

相手から言われた場合は断りづらい。言わせられなかった場合は自分の負けだと思う。

例) 痛みを与えるトーク

専門家の口から現状のままでは目標を達成できないことを、はっきりと伝える

例)

- ・「それでは集客できるようにはならないですね。」
- ・「いい線は行っていますがまだ足りないですね。」
- ・「これだと厳しいかなと思います。」

2) 買わない理由の事前消し込み

値段を掲示した後に買わない理由への 対応問答では後手後手になってしまう

最初から言わせない

買わない理由を事前に承認しておくことで 最後と言えなくなる

買わない理由ベスト7

- ① 値段が高い : **商品やサービスの価値が提供できてない**
- ② 今でなくてよい : **目標が明確ではない**
- ③ 時間がない : **動画参加可能をつくる**
- ④ 夫(妻)に相談する : **夫は商品やサービスを知らないから3人で一緒に話そう。起業することでは自分が決断できないと起業自体ができないという**
- ⑤ 他の講座を受けている : **今、入ってどれくらい？それで売れていますか？と単刀直入に聞く**
- ⑥ 検討する : **何か引っ掛かるようなところがありますか？それはどのくらい重要なのですか？今後のためにも教えてください。**
- ⑦ お金がない : **今お金がないのは、結果が出てないから。いつならお金が入ると考えてますか？**

3)断れないオファー＝欲しいと思うオファーづくり

信頼構築ができて、日々の配信で価値や内容を伝えていたら個別に来た時には欲しいといわれて、売れていきます。日々の信頼構築を疎かにしないことが必要です。

セールスの流れ

1.アイスブレイク: 雰囲気を和ませる。簡単に答えられる質問で会話のやり取りをする

2.状況確認 : 本日のセミナーはどうでしたか？

3.ヒアリング : 今はどんなお仕事をされていますか？

4.問題点の炙り出し: お仕事で一番困っていること、変えたいことは何ですか？

5.ご提案 : やる気があるかどうか確認する買わない理由は何か探る

6.クロージング : 本人が達成し得たい未来になるような学びがあることを伝える

- 挨拶、雑談で雰囲気を和らげる
- 相手がどのようなルートでどうしてきたのか、目的を確認する
- 仕事の内容、将来的にはどうなりたいのか ヒアリングする
- 問題を深掘りしていき真の課題を見つける 課題の解決策を提案する
- 提案した内容で契約