

売り込みしなくても**成約率 90%**を実現する

9 Step カウンセリングセールスマニュアル

深い悩みを解決するバックエンドを用意した。

絞り込んだフロントエンドも用意した。

あとは、来た見込み客をカウンセリングしてセールスまで成約することですが、セールスは「提案」だと思ってください。

カウンセリングは「悩みを聞くこと」でセールスは「提案」です。

つまりカウンセリングセールスとは、

- ・ お客様の悩みを深く聞いてあげて
- ・ それを改善するための選択肢はうちではこれですよと出す
- ・ あとはお客様の判断に委ねる

これだけのプロセスになります。

人が購入を決める時のプロセスで不可欠なことがあるのをご存知ですか？

それは以下のことです。

- ①あなたへの信頼が生まれること
- ②自分の問題点（悩み）が明確になること
- ③問題点（悩み）が解決された未来が想像できること
- ④その問題点と未来が、あなたと共有されること
- ⑤解決へのプロセスが理解できること

この5つが不可欠になります。

この5つの要素を満たすために段階を追ってカウンセリングしていきます。

あなたの商品が売れない理由

- ①セールスの方法論・プロセスそのものが間違っているから
- ②そもそも売れない商品を扱っているから
- ③商品を売ること＝セールスだと思っているから

※これらの問題を取り除けば業績は一気に伸びる

セールスの定義とは？

- ①ひと言でいうと「問題解決」
- ②「見込み客の悩み・欲求」を解決するための具体的な一歩を「一緒に踏み出す」こと
- ③決して商品の素晴らしさを語り、理解してもらうことではない

あなたが変えるべき点

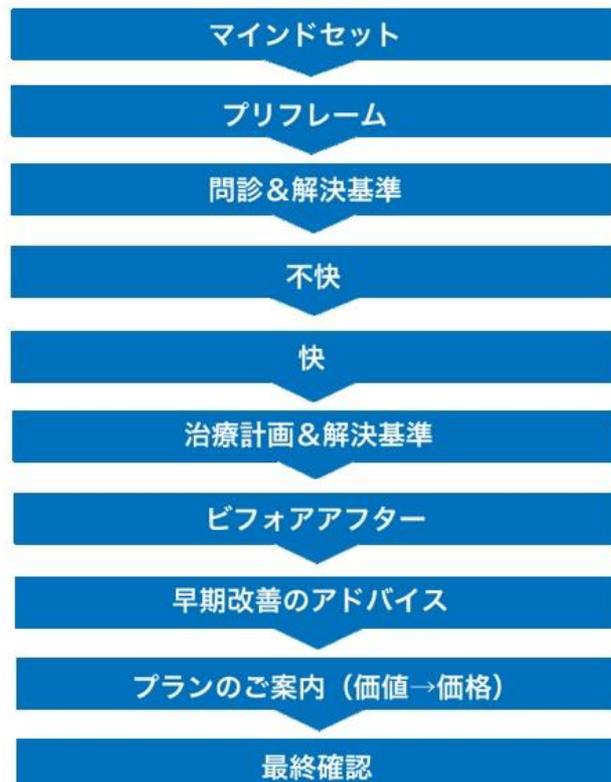
- ①カウンセリングセールスの全体像を理解すること
 - ②見よう見まねで話せるようになること
 - ③セールスの定義を、あなた自身の中で書き換えること
- ※これだけでセールスの成約率が飛躍的に上がる

9 ステップカウンセリングセールス法の全体像

サロン系ビジネスのトークフロー（エステ）



サロン系ビジネスのトークフロー（治療院）



このプロセスを経て前述の5つの要素を満たしていきますので解説していきます。

①マインドセット

カウンセリングに入る前に、あなた（施術する側）のマインドセットとして、「このお客様の悩みを把握して必ず改善に導いてやる！」という確認をあなた自身が毎回マインドセットしてください。

②プリフレーム（前提）

今からこのカウンセリングで話す内容がどこに向かっていくのかの前提を必ず会話に滑り込ませるテクニック。

これが無いと話が色々な方向へ飛び、ボヤけてしまい、場合によってはお客様に主導権が移ってしまいます。

③カウンセリング&解決基準

お客様の相談したい悩みを聞く。

そしてその解決基準（満足できる結果）とは何かをはっきりお客様側から言ってもらおう。

しかし、この段階ではお客様は深い部分までの悩みはさらけ出してもらえません。

④不快

さらにお客様の悩みの深い部分を聞いていきます。

もし、何もせずそのまま時間が経てばどうなるのかを聞く。

まだアドバイスなどは挟んではいけません。

どんどんとお客様が不快だと感じている部分を言い切ってもらいます。

⑤快（バラ色の未来を想像させる）

もし、それが解決された場合の未来はどんなものなのかを聞く。

今度は逆に、悩みが解決されたとしたら？どんなバラ色の未来があるのかを想像してもらい、これも言い切ってもらいます。

⑥基準教育（バラ色の未来を実現する基準）

お悩みを解決した状態を基準値として明確にして、それをあなたとおお客様の両方で共有する。

「不快」と「快」のそれぞれの状態の差が大きければ大きいほど成約率が高くなります。

「不快」と「快」の部分を言い切らせることが大切で、それを解決する基準をお客様と一緒に「共有」すること。

お客様からすれば「共有してくれる人」にしか安心して任せられません。

⑦ビフォアアフター

実際に既存客のビフォアアフターを見せて解決してバラ色の未来を見せる。

基本的にここまでのプロセスを経れば、この段階でお客様はこのバラ色の未来が欲しくなっています。

⑧解決プロセス

解決していくためのプロセスを明確にする。

商品の説明ではありません。

お客様の悩み、「不快の部分」「快」の部分の解決をするには、こんなプロセスで解決できますという話をします。

⑨プランのご案内

コースの料金プランを案内して「どうされますか？」と聞く。

⑩LAST

黙る。(お客様の自由意志で決定していただく)

具体的なカウンセリングトーク例

②プリフレーム（前提）

今日は、体験にお越しいただいてありがとうございます。

今からカウンセリング始めていきますが、2つ確認させていただいていいですか？

今回の体験は、〇〇様の問題を生み出している一番の原因とは何かをプロとして見つけて、それを解決する一歩を一緒になって考えると思っていますが、これについては大丈夫でしょうか？

2つ目は、〇〇様の問題の原因が分かった結果、プロとして話私がお役に立てると判断した場合のみ、実際にどんな風にお役に立てるのかをお伝えしてよいですか？

③カウンセリング&解決基準

まずは、ご相談したい問題はなんですか？

なぜそれが問題なんですか？

その問題があることでどんな困りごとが起こっていますか？

それはいつから起こっていますか？

それはどのくらい深刻なんですか？

④不快

その問題を放っておくとどうなりますか？

その問題が解決されずに時間が過ぎていくとしたら、半年後どうなっていると思われますか？

⑤快（バラ色の未来を想像させる）

それでは、逆に〇〇様にとって満足できる結果はどんなものですか？

⑥基準教育（バラ色の未来を実現する基準）

先ほどお話しされたお悩みの「～～（不快の部分）」「～～（不快の部分）」などになってしまうことは絶対に避けたいということではなかったですか？

そして、「～～（快の部分）」や「～～（快の部分）」のような状態になりたいということですか？
それが叶うとしたらやってみたいですか？

⑦ビフォアアフター

実際に既存客のビフォアアフターを見せて解決してバラ色の未来を見せる。

基本的にここまでのプロセスを経れば、この段階でお客様はこのバラ色の未来が欲しくなっています。

⑧解決プロセス

では、〇〇様のお話を聞いて、私のプロとしての解決方法をお伝えしますね。

まず、根本的な原因としては「～～」です。

この解決方法として私がお役に立てるのは「～～」を●回ほど、週（または月）に●回ほどのペースでやっていくことでほとんどのお客様が改善していています。

1ヶ月目では●●を行い、●●な状態にしていきます。

2ヶ月目は、～～

（ゴールまで設定して伝えること）

⑨プランのご案内

そのためにご案内できるコースはこのプランとこのプランですが、今回はどうされますか？

⑩LAST

黙る。（お客様の自由意志で決定していただく）

ほとんどの人が出来ていないこと

- ①お悩みは何ですか？で止まっている→**本当の深い悩みは聞けていない**
- ②「不快」と「快」の部分を言い切らせていない→本当の深い悩みを聞けていない
- ③「快」の部分（バラ色の未来）を想像させられていない→**あなたの提案する商品を欲しくなっていない**
- ④解決するためのプロセスを説明できていない→商品の良さを説明してしまっている
- ⑤セールスの定義が「売り込み」と思っている→**手順をちゃんと踏んで「お客様の自由意志で決めていただく」**ことに徹していない

絶対的な NG 行為

- ①カタログやプレゼン資料を使った通り一編的なセールス行為→**お客様からすれば「誰にでも同じことと言っているのね」と思われてしまいラポールが得られない**
- ②商品の素晴らしさを語ってはいけない→**お客様にシャットダウンされてしまう**

マクドナルドの話

マクドナルドの影の創業者レイクロックは、商品の素晴らしさを語っていた時は売れないセールスマンだったが、

「安くて美味しいハンバーガーが待つことなくすぐに食べれます」というベネフィットを売り物にしたことで圧倒的な成功を手に入れた。

商品の良さを自分で語ってはいけない

①商品の良さ→第三者（お客様）の声で掲示するだけ

②カウンセリングでは「悩み」「不快」「快」を最後まで言わせ切って一緒に「共有」して解決プロセスをプロの目で示すこと→これだけ