

誰でも明日から実行できる7ステップ共感セールス
～4回目・質問に必要なスキル①～

マインドック
代表 鈴木栄美子





マインドック 代表 鈴木栄美子

- ・米国NLP協会公認・NLP認定トレーナー
- ・米国催眠療法協会認定催眠療法士
- ・アルマクリエイション全脳思考マスター
- ・ジェイ・アブラハムのマーケティングマインドプログラム卒業。

2001年独立。独立前に数社の企業再生をしていたので意気揚々と独立するも売上不足でカードローンを借りる生活になる。

神田昌典氏の顧客獲得実践会に入ったが、神田先生の衝撃の発言に、自分なりのノウハウの模索を開始。

2003年 アメリカNLP協会認定・NLPトレーナー資格取得。

2004年に会社設立。

順調に売上を伸ばし、大手企業から起業家までをクライアントにして、建設業から教育機関まで78業種100社以上をコンサルティング9割を増益。

フジテレビ、日本テレビからラジオにも出演。雑誌や新聞にも取り上げられる。

2020年に会社閉鎖。2024年に再稼働。

現在は、自分が作りあげた顧客心理に基づいた独自フレームワークによる集客方法を広めるべく活動中。





講師実績

- ・クライアントの願望と現状を分析して、独自のウリを見つけてコンセプトとコンテンツを改善。
- ・チラシやSNS、ホームページのキャッチコピーから文章、デザインまで改善して販促物や広告を作成して集客人数をアップ。
- ・売上アップの公式と商品サービスの見せ方で売上を改善。
- ・「顧客心理」と「工程管理」と「資金管理」の知識を融合させてマーケティングファネルを作成して、増益。

顧客の購入頻度1.3倍や1年で売上5億円や月商400万円などの実績。

住宅施工販売、リフォーム、建設業全般、不動産関係などから情報商材やSNSコンサルタントなどの売上アップに貢献。

シティバンク・エヌ・エイ、ドコモシステムズ株式会社、リクシル、オリックス生命などの研修から大手企業、中小企業や個人事業主へのコンサルティングを行い9割を増益させる。



- 顧客心理の誘導ができる心理の知識
- ボトルネックを改善する工程管理の知識
- 6W3H全てを費用換算して考える資金管理の知識

3つのチカラの融合で開発した独自フレームワークでマーケティングとセールスの悩みを解決。

セールスの基本「質問」のプロになる。

お客様の価値観を聞き出すにも、希望を聞き出すにも、問題を聞き出すにも、障害を聞き出すにも、すべては質問によって聞き出せます。

上手なセールスは、まずは相手の状態と解釈を自分が掌握しておくことから始まります。



質問のスキル



「セールスマンお断り」で332件の質問

(Yahoo知恵袋)

セールスマンからの質問は、たった1件のみ！





マインドック 7ステップ共感セールス

1ステップ 許可

2ステップ 質問①

情報収集する

3ステップ 質問②

情報収集する

4ステップ 確認

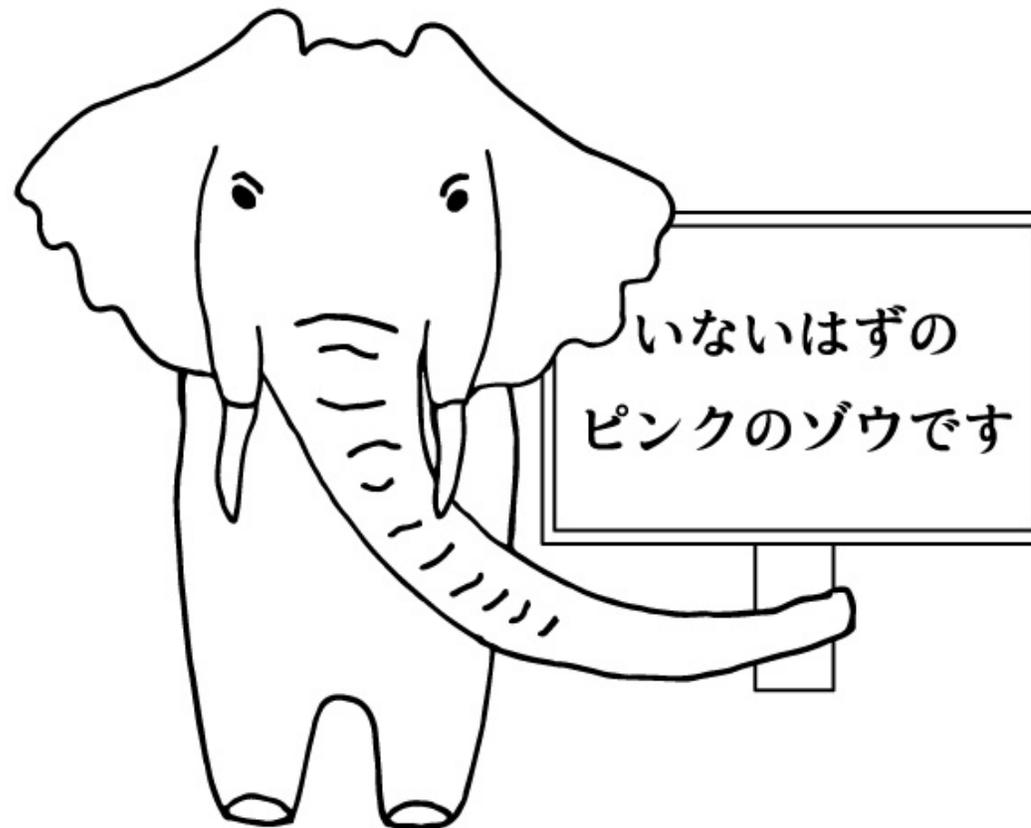
5ステップ 提案①

6ステップ 提案②

7ステップ 確認

なぜ質問から始めるのか

質問をされると、
思考して
答えてしまうから。





質問する時

1. 目的を決める

目的のない質問では、欲しい結果が作れません

2. 適切な相手を選ぶ

目的に沿った相手を選択しましょう

3. 適切な時間(タイミング)を選ぶ

相手の状態と状況を見極めましょう

4. より良い質問がないか考える

質問によって相手の回答は変わります

5. あらゆる感覚を総動員して仮説を立てる

仮説を立てれば的を射た質問ができます



1. 尋問(質問の連打)

相手から抵抗にあり質問形式の代表

2. ノーアンサー・クエスチョン

質問形式の叱責や文句

3. 一人質問回答

質問しておいて自分の答えを言う形式

4. 相手の回答を遮るor相手に答えさせない

せっかちな人は気を付けましょう

5. ネガティブ・クエスチョン

ネガティブな質問にはネガティブな答えが返ってきます

質問に答えてもらうには

1. タイミングよく



2. 同調技術+質問で行う



3. 答えやすい質問から



4. オープンクエスチョンから



・フルオープンクエスチョン

5W1H(いつ、どこで、誰が、何を、
どんふうに、「なぜ」)

・セミオープンクエスチョン

5W1Hのうちの1つが決まっている質問

・セミクローズドクエスチョン

5W1Hのうちの2つ以上が決まっている質問

・フルクローズドクエスチョン

答えが1つになる質問

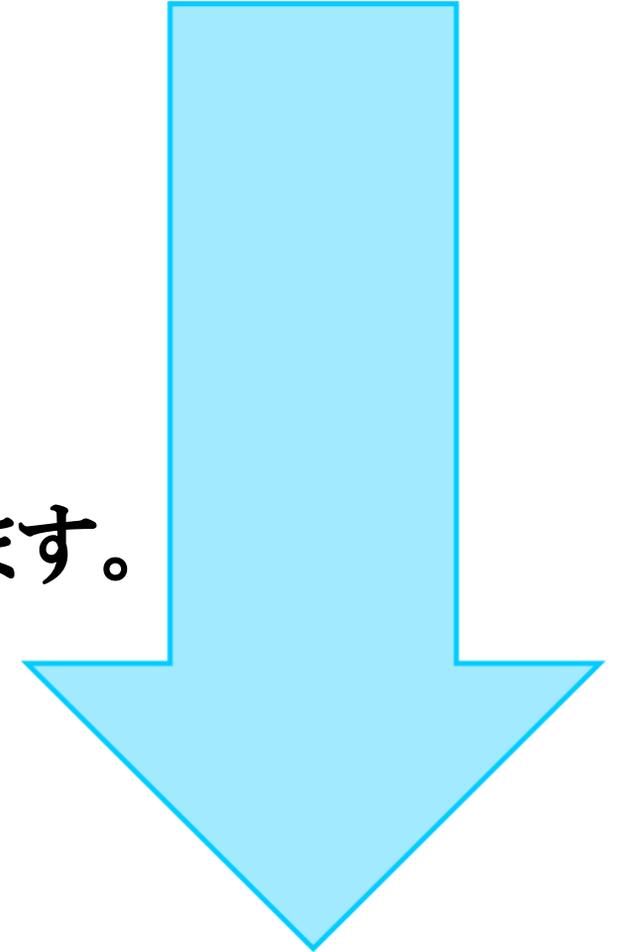


マインドック オープンからクローズへ

最初は、
フルオープンクエスチョンから始めます。

オープンクエスチョンは答えやすいが、
話のまとまりがなくなる可能性があるので、
だんだんにクローズクエスチョンに持って行きます。

最後はフルクローズドクエスチョンか、
相手の意図を要約して終わります。





フルオープンクエスチョン

- いつ
- どこで
- 誰が(誰と)
- 何を(どっちを)
- どのように(いくらで・どの期間で・どの広さで)
- 「なぜ」

※「なぜ」という質問は、最初から聞いても役立つものが出ない傾向がありますので、最初は使いません。

【演習】オープンからクローズへ

先行と後行に分かれ、二人向き合う。

1. 先行が質問をして、後行の休日は、どのように過ごしたのか聞き出しましょう。
2. 後行が質問をして、先行の休日は、どのように過ごしたのか聞き出しましょう。
3. 先行が後行の休日について、他の人から質問を受けて答える。
4. 後行が先行の休日について、他の人から質問を受けて答える。

※5W1Hの「なぜ」以外は全て聞き出しましょう。



【演習】を個人でする場合

セールスは対人で行うことが多いので、2人1組の演習です。
でも、一人でこの演習を行う時は、以下のようにしてください。

- A. AIを活用: 質問をオープンクエスチョンから始めてAIの回答をみる。
- B. 動画活用: 法廷映画や刑事ドラマなど推理ものの話の持って行き方を観る。
- C. セールスを受けてみる: 何かに申し込んでセールスを受けてみる。
-



「なぜ？」の変換法

「なぜ？」は、言い換えて聞き出そう。

セミナー
参加の
なぜ？を
聞く

いつからセミナーに参加しようと思ったの？

どこまでなら参加しようと思ったの？

誰のためにセミナーに参加しようと思ったの？

何のためにセミナーに参加しようと思ったの？

どんなセミナーだと思ったから参加したいの？



クエスチョンの使い分け

オープンクエスチョン	クローズドクエスチョン
相手の答えを予想できない (したくない)ので、自由に話させたい場合	相手の答えの予想がつくので、余計なことは話して欲しくない場合
相手に方向性を打ち出して欲しい場合	相手の話を誘導したい場合
相手に考えて欲しい場合	相手に考えさせたくない場合



マインドック 言葉を正確に聞き取る

お客様と認識がズレることがある。

このズレが、多くのクレームを生みます。

このズレが、申し込みを阻害します。

だから、事実や真実を聞き取る努力をしましょう。

【例】

お客様:このドアって高いんでしょう？

自分:いいえ、クーラー1台分ぐらいですよ。

お客様と自分のお互いの想像する金額が違くと・・・。



「一般化」、「省略」、「歪曲」をみつけて質問する
NLPではメタモデルと呼ばれている。

人が現実を一般化、歪曲、省略する過程に焦点をあて、言葉で表現されていない情報を元に戻す為の一連の質問の型を持つ言語の法則です。

適切な質問により不明瞭もしくは隠れている情報を明確化します。



隠れている情報別メタモデル

1. 抜けている物体	誰？どれ？何が？(具体的)
2. 抜けている動作と時間と場所	どのように？何が？(具体的) どんな時？いつ？(具体的) どんな場所？どこ？(具体的)
3. 比較 (しすぎる)	何と比較して？
4. 結果(べき、べからず、できる、できない)	やったらどうなる？やらなかったらどうなるの？ 何が妨げている？
5. 例外(すべて、いつも、みんな)	すべて？いつも？みんな？
6. オプション(これか、あれか！)	ほかにどういう可能性がありますか？
7. 意見 (わからない、知らない)	わかっていたら・・・。 何を想像しますか。 当ててみるとすれば・・・ どういう可能性がありますか。 うまくいった場合 うまくいかなかった場合
8. 権威(いい、悪い)	誰によると？証明は？証拠は？



隠れている情報別メタモデル

<p>9. 情報源(読心術) あなたはどう思っているか知っているよ! わたしのことがわかるはずだ</p>	<p>どうしてそれを知っているか なぜ、そう思うのですか?</p>
<p>10. 因果(あなたが〇〇させている。〇〇は△△だ)</p>	<p>どのように?どんな手順で? なぜ〇〇が△△の意味になるの? 他の可能性は?</p>
<p>11. 情報</p>	<p>というと・・・ そして・・・ どのように・・・ 例えば・・・ しかし?・・・</p>
<p>12. 抜けている理由</p>	<p>なぜ? (なぜ〇〇? なぜ△△?)</p>



マインドック 【演習】メタモデル質問法

メタモデルで質問してみましょう。

- みんなが嫌だと言います。
- もう少し価格が安ければ・・・。
- いつも、いません。
- まだ子供ですから・・・。
- 私にはあなたが何時に起きるかわかっている。
- 私は幸せになりたい。
- あなたの発言は不愉快だ。
- 父は若い。
- この情報は正しい。
- 給与は従業員の権利です。



マインドック 7ステップ共感セールス

1ステップ 許可

2ステップ 質問①

情報収集する

3ステップ 質問②

情報収集する

4ステップ 確認

5ステップ 提案①

6ステップ 提案②

7ステップ 確認

- お客様のなりたい姿
- お客様が望んでいること
- お客様の欲望
- お客様の興味
- お客様の困っていること
- お客様の悩みなど

【要点】

お客様に夢を見てもらいましょう。ネガティブなことを解消したら、解消後の夢も語ってもらいましょう。

購入への意欲を高めるための情報収集が①にきます。

- お客様のなりたい姿を妨げるもの
- お客様が望んでいることを妨害するもの
- お客様の欲望を止めるもの
- お客様の興味を失くさせるもの
- お客様の困っていることを強めるもの
- お客様の悩みより優先するものなど

【要点】

お客様の申し込みをストップさせる障害を過去・現在・未来から聞き取り、提案時に障害を解除するための情報収集が②です。



言葉は(5次情報)です。

同調技術+相手の代表システム(V・A・K)に合わせて、
ラポールを保ちながら、
質問①でお客様のなりたい姿を聞き
質問②でお客様のなりたい姿を妨げるものを明らかにします。

その方法として

メタモデルで一般化、省略、歪曲を元に戻しながら、
相手の自己認識・価値観・能力・行動・環境を正確に聞き取りましょう。
そうして、お客様の価値観がわかれば、そこがホットボタンです。

質問表作成の準備

質問内容は、貴社の業務内容によって異なります。
お客様に何を聞くべきか、書き出しておきましょう。

質問で世帯収入に関する質問や
この人は買うのかどうかのチェックもできたら◎。

最善の方法は、
お客様から「この言葉が出たら提案が成功する」というキーワード
を引き出すように質問内容を作っていくことです。



質問①で聞く内容を書き出す

- ・お客様のなりたい姿/・お客様が望んでいること/・お客様の欲望
- /・お客様の興味/・お客様の困っていること/・お客様の悩みなど

【要点】

購入への意欲を高めるための情報収集。



質問②で聞く内容を書き出す

- ・お客様のなりたい姿を妨げるもの/
- ・お客様が望んでいることを妨害するもの/
- ・お客様の欲望を止めるもの/
- ・お客様の興味を失くさせるもの/
- ・お客様の困っていることを強めるもの/
- ・お客様の悩みより優先するものなど

【要点】

提案時に障害を解除するための情報収集。



【宿題】必要な情報は何か？

あなたの商品・サービスを売るために必要な情報を考えましょう。

①お客様に書いていただくもの

②お客様に見せるもの

③社内での練習用のもの



マインドック その他、質問表に必要な情報

- 住所
- 連絡先
- 許可番号
- 法律上の記載
- その他(QPコード・LINE@コードなど)

セールスの基本「質問」のプロになる。

お客様の価値観を聞き出すにも、希望を聞き出すにも、問題を聞き出すにも、障害を聞き出すにも、すべては質問によって聞き出せます。

上手なセールスは、まずは相手の状態と解釈を自分が掌握しておくことから始まります。