

1 雑談からお客様情報を集め 商品提案につなげよう



自分の置かれている環境が変化しても、好成績を上げ続ける行職員に共通するのは「雑談力」の高さです。トップセールスマンの面談は雑談が8割を占めるという調査結果もあるほど、セールス活動において雑談は大きな意味を持ちます。

実は行職員の中には雑談を苦手とする方も多いのですが、窓口担当者であっても涉外担当者であっても雑談力はぜひ磨いておきたいスキルです。

雑談は、お客様から本音を引き出せる関係を作る「土台」になります。お客様にとって積極的に話したくなる話題であれば、トークは滑らかに進み、担当者はその分お客様の情報を引き出せます。また、雑談を積み重ねる中で、お客様と担当者間に親近感が醸成さ

れれば、その担当者はお客様にとって話しやすい存在として認識され、多くの相談を受けるようになります。すなわち、雑談を通じてお客様から本音が引き出せる関係が築ければ、お客様の属性はもちろん、家族構成や資産状況、ライフプラン、夢などの情報を集めることができます。そうした情報はお客様にとって最適な提案につながり、最終的には「お客様に選ばれる担当者」になれるのです。

お客様と担当者は7:3

お客様が積極的に話したくなるような話題を取り上げると、雑談はスムーズに進みます。お客様の好きなものやこだわりは「饒舌スITCH」です。お客様を観察したり、質問を投げかけたりしてそれ

を見つけてみましょう。例えば、ロビーで手にした雑誌や休日の過ごし方などの話題からお客様の趣味を見つけます。携帯電話の待受画面やストラップは、お客様の好きなものに違いありません。服装や装飾品、特にアクセサリ類からはこだわりも見えてでしょう。

雑談が弾めば、お客様から話しやすいと感じてもらえたことになります。トーク量の目安は「お客様が7割、担当者が3割」。お客様の方がたくさん話している状態が理想です。

ただ、雑談に終始しては提案にはつながりません。「そろそろゴールデンウィークですね。ご家族でどちらかへお出かけですか」というように、長期休暇の話題から家族構成の話題に移ると、

話しやすい雰囲気のまま、良い提案につながる情報を得られます。このように、目的を持って雑談を進めることは「戦略的雑談」ともいいます。

お客様の多くは、信頼を寄せる行職員から有益な商品を提案してほしいと思っています。日ごろから丁寧な接客を実践していれば、なおさら遠慮せずに、雑談を上手に活用して商品の提案につなげていきたいものです。次項では、すぐに使える雑談を紹介していきます。ぜひ参考にしてください。

話しやすい雰囲気のまま、良い提案につながる情報を得られます。このように、目的を持って雑談を進めることは「戦略的雑談」ともいいます。

