

選ばれる接客術で不況の時代を生き抜け！

『接客ガチトレ 集客力・客単価 UP の仕組み、教えます』 1月24日発売

明日香出版社（東京都文京区）は1月24日（火）に、ビジネス書の新刊『接客ガチトレ 集客力・客単価 UP の仕組み、教えます』（著・成田直人）を発売します。



本書の概要

長引くコロナ禍の中、生き残るための店づくりや接客を追求するべく企画された一冊です。

「高くても飛ぶように売れる接客術」と「高評価の口コミが集まる集客力」が身につく構成に仕上げたほか、著者がコンサルティングで実際に活用している「能力開発シート」や入店から退店までのロープレ集など現場での実用性も高い点が特徴です。

装丁では「ガチトレ」という語感を表現しつつ、いわゆる男性的な雰囲気になりすぎないデザインを心がけました。

著者の特徴

※詳細は2ページ目に掲載

- ・小売、サービス業などを専門に教育研修を行う、ジャパンプルーコンサルティング株式会社代表取締役。
- ・実際にコンサルティングを手掛け、口コミ集客を実現した業種は靴の販売店から保育園まで多岐にわたる。
- ・2003年、19歳の時にABCマートで個人売上全国1位を達成するなど、トップ販売員としての経歴も持つ。
- ・08年、東久邇宮文化褒章を受賞。

書名

接客ガチトレ

集客力・客単価 UP の仕組み、教えます

著者名 成田 直人

ページ数 240

本体価格 1700円

判型 A5 並製

ISBN 978-4-7569-2260-1

もくじ

※詳細は2ページ目に記載

はじめに 高単価が感動をもたらす次の顧客を連れてくる理由

第1章 客単価を上げるべき7つの理由

第2章 客単価が上がる店内の作り方

第3章 客単価が上がる接客術

第4章 客単価が上がる接客術を身につけるトレーニング法

第5章 お金をかけずにお客様を集めるクチコミ集客

トレーニング 爆売れ必須の接客ロープレ

能力開発シート 事例① KICKS LAB.

能力開発シート 事例② 電機メーカー営業

さいごに ニセモノは消え、ホンモノだけが生き残る

有限会社明日香出版社

〒112-0005 東京都文京区水道 2-11-5

<https://www.asuka-g.co.jp/>

著者略歴 成田 直人 (なりた・なおと)

ジャパンプルーコンサルティング株式会社 代表取締役

19歳でABC マートアルバイト個人売上日本一を獲得。その後マネージャーになり自店舗が昨年度対比1位、2位達成の立役者となる。その後PC 専門店PC デポに入社し7ヶ月で個人売上1億円を達成。2007年「良い」よりも「成果が出る」をモットーに小売・サービス・営業専門教育研修&コンサルティング会社 FamilySmile (現: ジャパンプルーコンサルティング) を創業。一部上場企業を中心に250社のコンサルティング・教育研修・講演を手がけ、クライアントの多くが昨年度対比110%を突破し、中には1億以上の赤字が続く老舗企業を2ヶ月で黒字転換し大手経済誌の巻頭を飾る、4年半で売上3倍・利益20倍以上になった中小企業も出るほど研修とコンサルティングには定評がある。ES・CS・CEを向上し、客単価アップ・リピート(紹介)率アップ・離職率ゼロ・新規集客コストゼロの超高収益企業・選ばれ続ける店舗づくりが得意分野。現役販売員を務めるなど現場感に優れ、現在年間1万2000名の受講生を抱える日本トップクラスの講師として活躍中。功績が認められ日本三大褒章の一つ中小企業のノーベル賞と言われる「東久邇宮文化褒章」を受賞。セミナー講師ナンバーワン決定戦「S-1 グランプリ」初代グランプリを獲得。著者としてもベストセラーとなった「接客の教科書(すばる舎)」「トップ販売員のルール」(明日香出版社)を始めとした15冊のセールスやマネジメント本の出版、2013年海外進出も果たし世界に「omotenashi」を広めるコンサルタントとして活躍中。

もくじ (全項目)

はじめに 高単価が感動をもたらす次の顧客を連れてくる理由

第1章 客単価を上げるべき7つの理由

- 1 欲しいものを売ると次回からオンラインで買われる
- 2 薄利多売は超大手企業に許された特権でしかない
- 3 プロ販売員の“想定外”のアドバイスが固定ファンを作る
- 4 売上よりも利益額を高めることで店舗経営とメンタルは安定する
- 5 利益が増えることで従業員満足度向上に再投資できる
- 6 付加価値を提供しなければ雇用を守ることができない
- 7 顧客感動が口コミ投稿の原動力へとつながる

第2章 客単価が上がる店内の作り方

- 1 売れていない&良い商品を見つける
- 2 商品販促はスタッフ対抗戦にすると売れる
- 3 店内で実施する販売促進企画の最適な期間
- 4 痒いところに手が届くメンテナンスイベントを開く
- 5 単品ではなくセット販売で意思決定は1度にする
- 6 売りたい価格帯は松竹梅の竹にすると自然と売れる
- 7 スタッフの体験レポートは最強の販促ツール
- 8 売場作りは通常の2倍仕入れてインパクトを出す

第3章 客単価が上がる接客術

- 1 商品知識が顧客の潜在ニーズを引き出す
- 2 顧客を知り尽くす質問力が客単価アップに欠かせない
- 3 入店から退店までの顧客との接点を明確にする
- 4 購買後リスク把握と理想の明確化で単価は上がる
- 5 潜在ニーズを引き出すプロ販売員の質問力(質問のパターン)
- 6 客単価アップを妨げる3つのフレーズを封印しよう
- 7 客単価が下がる接客マインドを潰す

第4章 客単価が上がる接客術を身につけるトレーニング法

- 1 個人面談をして接客プロセスのどこに課題があるかを特定する
- 2 ビジネス書は最低でも月1冊は読む
[ビジネス書フォーマット]
- 3 高価格帯店舗で接客を受けてプロ接客を学ぶ
- 4 全商品の体験・試着をする、無理な場合は顧客の声を集める
- 5 「何のために高額商品売るのか?」を理解する
- 6 顧客の信頼を獲得する一手間のアイデアを出す
- 7 話を合わせる雑談力を高める“雑誌乱読”

第5章 お金をかけずにお客様を集める口コミ集客

- 1 広告は一過性、口コミは資産となる
- 2 高単価・高評価につながる店内の作り方
- 3 自店舗の強みは何か? センターピンで顧客感動を創造
- 4 ストレスフリーシートを活用して顧客体験価値を上げよう
[ストレスフリーシート]
- 5 口コミ投稿は依頼をしなければ書いてもらえない
- 6 投稿拒否はサイレントクレームとして即改善
- 7 口コミへの返信は調和を取ることが大切
- 8 集客に繋がる質の高い口コミとは

トレーニング 爆売れ必須の接客ロープレ

能力開発シート 実例① KICKS LAB.

能力開発シート 実例② 電機メーカー営業

さいごに ニセモノは消え、ホンモノだけが生き残る

有限会社明日香出版社

〒112-0005 東京都文京区水道 2-11-5

<https://www.asuka-g.co.jp/>