

～エレガント・セールス～

# 簡単クロージング作戦



JSIセールス・イノベーション研究所

# ◆クロージングとは？

 契約を働きかけて  
成約をさせること。

# 営業の目標地点に たどり着く事 (最終地点)

 **エンゲージ**  
(これからも続くご縁)

## ♪補足説明♪

クロージングは・・・

営業セールスの仕事で一番苦手とおっしゃる方が多い。

しかしここを超えないと契約に至らないので、ポイントをお伝えします。

これを分かる事が非常に重要なんです

クロージングとは？・・・

- クローズするというように、今までの長い道のりの最終として、営業の目標地点にたどり着く事なんですね。
- つまり、成約をするということなんです。
  
- しかし、これからも人と人のご縁を結びたいので、私は敢えて、クロージングではなく、エンゲージと呼びたいんですね。

# クロージンは？

👉 苦手な人がすごく  
多い！

# クロージング 苦手な人は？

- ☞ お客様から買いたいを待っている。
- ☞ 背中を押すタイミングがわからない。

## ♪補足説明♪

- クロージングの苦手な人は、ある特徴があるんです。
- それは何かといいますと・・・
  
- お客様が買いたいと言ってくれるのを、ひたすら待っているんです。
- 要するにクロージングのタイミングや何とさえいえばいいのかがわからないわけです。
- もっと言えば、ご自身がお客様になってしまっているんです。
  
- そして、お客様の背中を押すタイミングがわからないわけです。

# クロージングは？

## 心理作戦と心得よ

「一流の営業マンは一流の心理学者である」

## ♪補足説明♪

- クロージングというのは、心理作戦という風に心得てください。
- こんな言葉もあります。
- 「一流の営業マンは一流の心理学者である」
- まさに、そうなんです。
- 営業はお金をかけた、相手の心理を見抜く仕事なんです。

# ◆クロージングの三種の神器



①横並び意識

②あなただけよ

③期間限定

## ♪補足説明♪

- クロージングには、いろいろなやり方がありますが、私が使っていて一番効果があったものを、あなただけにご紹介しますね。

それを名付けて「クロージングの三種の神器」といいます。

つまりクロージングには、コツがあるんです。

それは何か？というと・・・

横並び意識

あなただけよ

期間限定

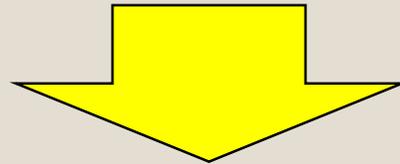
この3つを押えておいてください。

- 覚えやすいように、私は言葉を短くしましたが、何のことだろう？と思いますね。
- 一つずつ、事例を交えながらお伝えをしていきますね。

# ◆①横並び意識

## バンドワゴン効果

- ・群集心理の同調現象
- ・多くの需要があるほど、消費者は満足感や安心感
- ・特に日本人は弱い



多くの人々が支持しているものは良いはず

## ♪補足説明♪

先ず、①横並び意識です。別名、バンドワゴン効果とも言います。

○ これは何か？と言いますと

群集心理の同調現象のことなのですが、要するに

○ 多くの需要があるほど、消費者は満足感や安心感が得られるんです。

○ 個人の判断よりも集団の決定が正しい、つまり「皆がやっているからと多くの支持しているものを買いたいんです。

○ そして、特に日本人はこの横並びに弱いんです。

○ 多くの人が支持しているものは良いはずと思ってしまうわけなんです。

# ◆大勢の人が選んでいる安心感

## ～顧客心理～

- 勝ち馬に乗りたい
- 時流に乗りたい
- ヒット商品を買いたい

## ～宣伝文句～

「満足度N01」  
「売上N01」

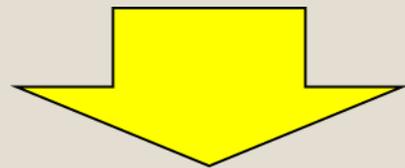
## ♪補足説明♪

- 大勢の人が選んでいる安心感があるわけですが、
- その時にお客様の心理はどうなっているかと言えば、
  
- 勝ち馬に乗りたい
- 時流に乗りたい
- ヒット商品を買いたい  
と思うわけです。
  
- そして宣伝文句は  
「満足度N01」・「売上N01」などと、世間の皆が評価をしている商品なんだ、  
だから買うべきだと思うわけです。

# ◆②あなただけよ

ハード・トウ・ゲット・  
テクニク

- ・人間の基本的欲求「承認欲」
- ・私にとってあなたは特別な存在だ
- ・日本人は特別扱いに弱い



手に入れにくいものをあなただけ特別

## ♪補足説明♪

- あなただけよ、なんですが、これだけでは、意味が分からないと思います。
- ハード・トゥ・ゲット・テクニックというテクニックという言葉でも表現されます。
- 人間の基本的欲求のなかで、「承認欲」というのがあります。
- それが満たされるということにもなるので、嬉しい気持ちや、満足する気持ちにもなります。
- 私にとってあなたは特別な存在なんです、と言われて悪い気はしません。
- そして、日本人は特別扱いに弱いんですね。
- 手に入れにくいものを、あなただけ特別にといわれると、皆さん心が動きませんか？

# ◆自分には特別な存在だ 「承認欲」

## ～顧客心理～

- 好意をいただく
- 信頼をする
- 自己重要感が刺激

## ～宣伝文句～

「あなただけには  
使って欲しい」  
「あなただけ  
特別」

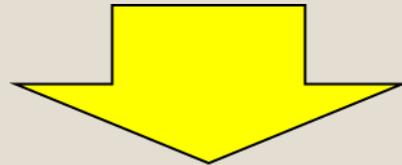
## ♪補足説明♪

- 自分は特別な存在だ「承認欲」が満たされたときの、お客様はどのような心理になると思いますか？
- あなたに、とても好意をいただきますね。  
そして、あなたを信頼をします。自己重要感が刺激されて満足されます。
- 宣伝文句は、「あなただけには使って欲しい」 「あなただけ特別」  
なんて表現されます。

# ◆③期間限定

ハード・トウ・ゲット・  
テクニック

- ・人間には「独占欲」と「優越欲」があり、これをうまく刺激
- ・限定された希少性高いモノの位置づけ
- ・期間限定・会員限定・女性限定・初回限定



今、買いたくなる心理が動く

## ♪補足説明♪

- 3種の神器の3番目は、期間限定なんです。
- これは、先ほどの②と同じハード・トウ・ゲット・テクニックのひとつでもあるんですが、人間には「独占欲」と「優越欲」があり、これをうまく刺激することにもなります。
- 限定されると、希少性高いモノの位置づけとなるわけなんです。
- 事例としては、期間限定・会員限定・女性限定・初回限定なんていうのがよく使われていますね。
- そして効果としては、先延ばしではなく、今、買いたくなる心理が動くんですね。

# ◆期間限定の効果

## ～顧客心理～

- 期間に乗り遅れる
- 期間に外れたら  
手に入らない・  
損をする

## ～宣伝文句～

「期間限定〇日まで」  
「今だけ〇〇円」  
「限定〇〇セット」

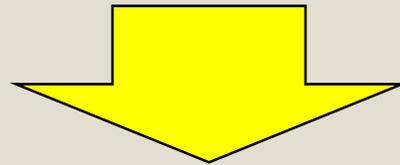
## ♪補足説明♪

- 期間限定の効果として、お客様の心理は、希少価値が生まれていますから、期間に乗り遅れる・期間に外れたら手に入らない・損をするという心理が動き、今すぐに買いたいとなるわけです。
- 宣伝文句でよく使われるのが、「期間限定〇日まで」・「今だけ〇〇円」・「限定〇〇セット」  
なんていうのがありますね。

# ◆クロージングのタイミングのコツ

焦って早くクロージング→お断り

あまりにも遅い→時期を逃して成約を逃す



**サインを逃さない！！**

## ♪補足説明♪

- 次にクロージングで多い悩みのひとつに、クロージングのタイミングがわからないというのがあります。 それでは、クロージングのタイミングのコツをお伝えしますね。
- 勿論、最初からクロージングではありませんね。
- 営業の段階を踏んで、最終地点がクロージングとなるわけです。
- そのクロージングのコツは、お客様に説明をされていて、お客様がサインを出すわけです。
- そのサインを逃さないことが大切です。
- お客様が求めているのに、焦って早くクロージングをすれば、当然お断りになります。
- お客様がサインを出しているのに、あまりにもクロージングが遅いと、時期を逃して成約を逃すことにもなりかねません。
- お客様のサインを逃さないことが重要です。

# ◆ お客様の出すサインは??

- 金額を聞いてきた
- カタログから目を離さない
- 目が動かない
- 買った後の質問がでた

## ♪補足説明♪

- では、お客様の出すサインはどんなものがあるのでしょうか？      ご紹介をしていきますね。
- 商品の金額を聞いてきた      ・カタログから目を離さない  
    ・目が動かない      ・買った後の質問がでた  
    などがサインであり、クロージングのタイミングです。
- 前にもお話をしましたが、クロージングが苦手な人は、お客様から  
    買いたいと言ってくれるのを待っているとお話をしました。
- お客様はお金をかけていますから、ご自分から買いたいというよりも、背中を  
    押してほしいし、お客様の購入の決断はとても素晴らしいと言って欲しいのです。
- ここを勘違いしないでくださいね。

# ◆テストクロージングのレーザートーク

「これから具体的なお話をさせて頂きたいと思いますが、ご自身がいいなと思ったらスタートされますか？」

「例えば、契約をしていただく場合の納品は  
今月か来月でどちらがご都合がよろしいですか？」

「仮にスタートするとしたら、不安な点はありますか？」

## ♪補足説明♪

- そうは言っても、クロージングのサインがわからない場合や、クロージングをしていいのかわからないという場合は、どうしたらいいの？というお話です。
- お客様の購入の気持ちを確認したい。
- 要するに期が熟していないのに、クロージングをしてしまい、二度と会えなくなってしまうところまで行くと、せっかくの見込み客が潰れてしまいます。
- そんな時は、テストクロージングをして、まだ期が熟していないと判断をしたならば、次のチャンスを狙うのです、お客様によって今がチャンスの人と、もう少し後の人がいるわけです。
- 営業はステップ、段階がありますが、タイミング的には商品説明の前、クロージング前になります。

## ♪補足説明♪

- では、テストクロージングのレーザートークを具体的にご紹介します。
- 1番目は、「これから具体的なお話をさせて頂きたいと思いますが、ご自身がいいなと思ったらスタートされますか？」  
これはよく使ったトークで、比較的使えますよ。  
そうするとお客様の反応は→「もちろんやりますよ」 「まず、内容を拝見してからですね」 など反応がありますから、クロージングをしてよいかどうかを見極めます。
- 2番目のレーザートークは、 「例えば、契約をしていただく場合の納品は今月か来月でどちらがご都合がよろしいですか？」  
これは、モノがある場合ですね。たとえ話をして、お客様の状況を把握するやり方です、二者択一方式などを一緒に入れると答えやすい質問になります。  
→ 「まだ、そこまで具体的には・・・」 (まだ、クロージングのタイミングではなく、料金提示もしてはいけません)  
→ 「今月の方がいいな・・・」 (見込みがありますから、一気にクロージングです)
- 3番目のレーザートークは、 「仮にスタートするとしたら、不安な点はありますか？」
- こんな風に、お客様の意思を確認しながら営業を進めてください。

# ◆忘れがちな購買後

- ・買ってよかったと安心したい
- ・この人と契約をしてよかったと確信したい

☞契約時はいい顔をして、契約をしたら振り向きもしない

## ♪補足説明♪

忘れがちな購買後のフォローを怠ってはいけません。

お客様は、買ってよかったと安心したい

- ・この人と契約をしてよかったと確信したいのです。ところが、お客様がよく言う言葉に、

☞契約時はいい顔をして、契約をしたら振り向きもしない

- ・これは不信感の現れ、こんなはずじゃなかった、お金だけのためというような不協和音のサインがでてしまいます。

これをなくさないと、口コミや紹介、リピートと言われる、再購入の促進にはつながりません。熱狂的なファンを作っていくことです。

# ◆ダンケネディーの言葉

「ほとんどの会社は売るための  
新規顧客をしようとするが、  
我々は顧客を獲得し、  
維持するために売る」

☞ **熱狂的なファンを増やし、リピート**

