



誰からも
嫌われない

図解

店員のマナー

**The Business Manners Guide:
Tips for Anyone
Who Want to be an Excellent Clerk**



sanctuary books

どんなことでも全力対応



…暑い

事細かな商品説明



必要なことだけ教えてほしい

親しげな接客



…めんどくさい

注文に素早く対応しようとお客様の近くで待機



注文を急かされてるみたいで妙な圧迫感が

店員のみなさんは
どんな努力を
していますか？



ネイルサロンの店長さん



居酒屋の店長さん

ドキッ



実は、多くの方が
不満を感じています

お客様のために
良かれと思って
やっていること、
売上を上げたいがために
やっていること

「いいですね、
ほいほい」が
あります



そうかもしれませんが、
しかし、統計によると
お客様は様々な
場面で不満を持っているのだとす

「ビジネスの
常識では、
三対三の法則
というものが
あり、

「諸説ありますが、
例えば……」



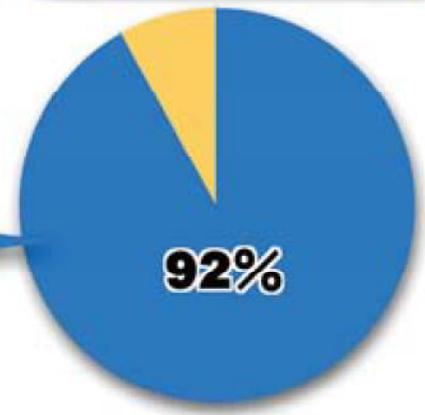
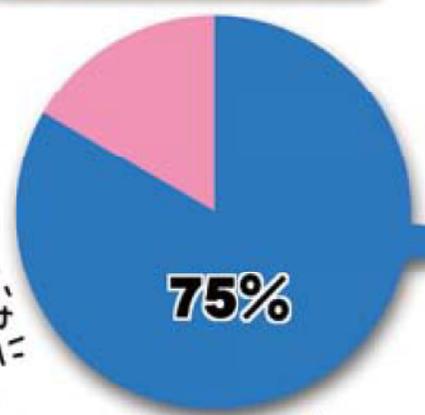
満足な場合は
三人にしか話さないが、



不満な場合は

そのうち、再び
その店に行きたくないと思う

店や店員に対して
不満を感じたことがある



「こんなにか
たくなさ〜ん!？」

えー

「店や店員への不満」のアンケート結果による
……Fastask調べ





つまり、
店側が良かれと
やったサービスも
マイナスの印象を
与えていけば

知らず知らずの
うちにお客様に
不満を持たれ、



その悪い情報が
広がってしまっ
ているかも
しれないのです



不満な場合は
三三人に話すと
いわれている。



「悪く噂は、いい噂よりも
10倍早く広がる」
とこの本に書かれた
(和田昌博(2007)
『ロリ///活家集』
メロンブックス(88)



接客・販売促進から
社会常識まで、
幅広いテーマを
紹介していきます



この本では、
「美好のお客様」
不満を持たれがちな
ポイントを押さえ

CHECK

CHECK

CHECK

店員さんの
せつかくの努力が
空回りしない
ように
したいのです

活用できる部分を
取り入れて
いってくださーいね



ぜひ、自分で
照らし合わせ

難しいことじゃ
ありません

お客様視点に立ち、
何を求めているのか、

どうすれば価値を
提供できるのか…

…それを
常に考え、

当たり前のごとを
当たり前
やり続ける

そうすれば、

店を継続させて
いけることが
できるのでは

PART 1
接客

17

接客の心構え	24
接客の5つの流れ	28
接客の流れ① 開店前	30
接客の流れ② お迎え	34
接客の流れ③ 商品説明	40
接客の流れ④ クロージング	46
接客の流れ⑤ レジ・お見送り	52
リピーターの作り方	58

クレームの対応方法	62
お客様別 クレーム・トラブル解決方法	68
いろいろな販売テクニック	74
トライアル販売	75
連想販売	76
ダイレクション販売	77
付加価値販売	78
エンターテインメント販売	79
ストアロイヤリティー販売	80
アクティブ販売	81
ポイントシステム販売	82
クチコミ紹介（販売）	83
販売イベントで商品を手にとる機会を作る	84

PART 2 販売促進

販売促進でお客様にアピールを	96
店内の作り方	98
店内放送の流し方	102
チラシの作り方	104
POPの作り方	110
店頭ボードの作り方	116
ホームページの作り方	122
ブログの書き方	126
DM・メールマガジンの使い方	130

89

PART 3 店の数字

店の数字を理解すべき理由	142
「客数」「客単価」「買上率」でお客様の動向を見る	144
店の長期運営に欠かせない「売上高」と「利益」	148
「経費」をコントロールして利益を生み出す	152
「労働分配率」から適正な人件費を算出する	154
「ロス高」を減らして利益を確保する	156
「ABC分析」で的確な商品管理を	158
「商品回転率」で在庫をコントロール	160
2つの発注方式を使い分ける	164
季節変動指数で売上予測をする	168
店の運営は経営者目線で	170

135

4 育成・採用

PART

スタッフとのコミュニケーション	182
立場の違うスタッフとの接し方	184
スタッフの育成方法	188
スタッフへの指示の仕方	192
ほめ方を心得る	196
叱り方を心得る	200
スタッフのモチベーションを高める	204
チームでモチベーションを高める	210
シフトの組み方	212
会議の進め方	214
採用の手順とポイント	218
スタッフ別 対処方法	224

175

5 社会常識

PART

「第一印象」でお客様をつかむ	238
正しい敬語の使い方	254
話の「聴き方」の基本	266
電話対応の基本	272
文書作成の基本	284

231

COLUMN

接客アンケート・実際の回答例	88
流行のサービスを販売促進に活かす	134
万引きやいたずらには厳正な対処を	174
スタッフのメンタルケア	230
上手な体調管理法	298

PART

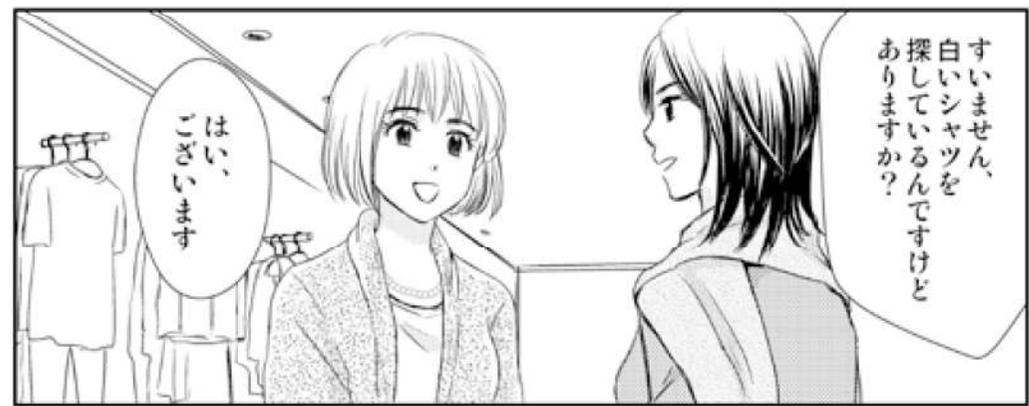
1

接客

取材協力者一覧
主な参考文献

302 300

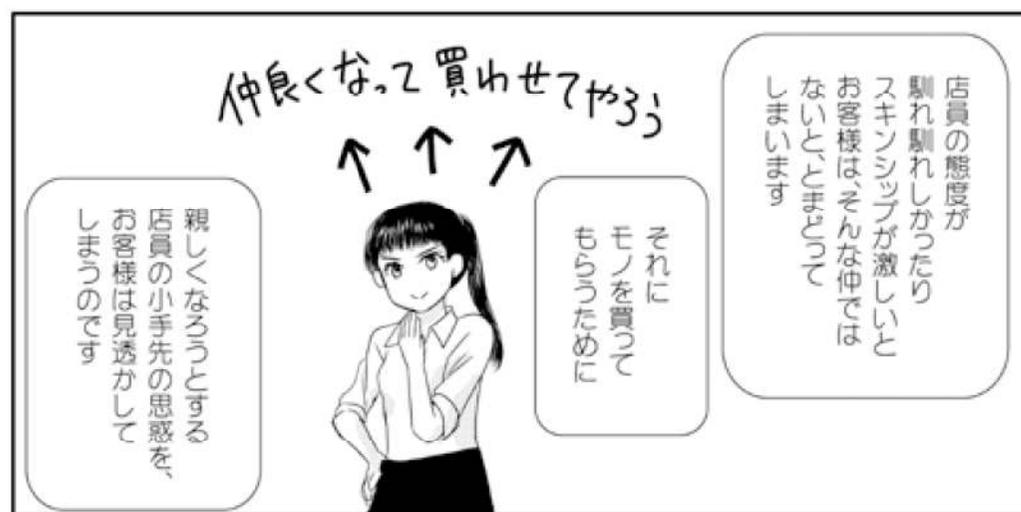






そうなる前に、
当たり前のことを
当たり前前に
やれているか、
確認しましょう

あなたが良かれと
思っつてやっつて
実はお客様を
不快にさせている
かもしれません



「自分の接客レベル」と「お客様の心理」を知る

接客の心構え

接客レベルの「守・破・離」とは

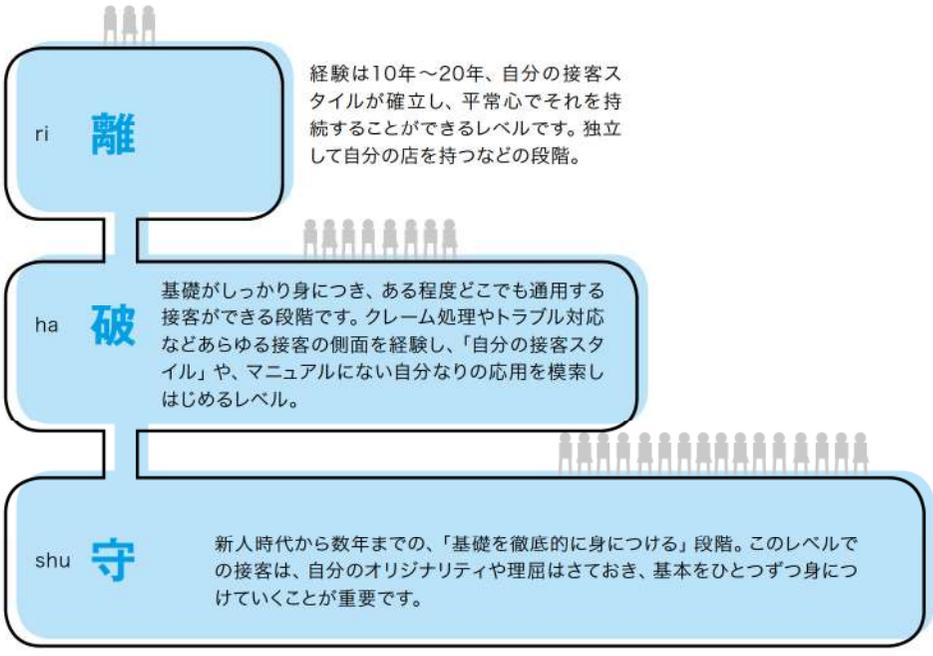
あなたにとって、接客という仕事で「上を目指す」とは、どんなことでしょうか。今の自分の目指すべきものを、常に意識するかしらないか。このことは、3年後5年後の自分のありようを自ずと変えていきます。そして、目指すべきものは、今、自分がどんな段階にいるかによって異なります。そこで、個人の習熟度による段階を表す「守・破・離」という考え方を紹介しましょう。「守」は基本の習得、基本の遵守、基本の徹底が重要なレベルです。家では土台、基礎を作る段階です。接客で言えばいわゆる「お盆持ち」に代表されるものがそれです。注文を間違えずに

通し、お皿を運び、お皿を下げ、お水を足し……というオペレーションの基本を体に覚えさせる時期です。

「破」は、自分なりの応用がはじまっている段階。基本がきっちりできているからこそ、ときにマニュアルを少し破ってでも、現場にいるがゆえのみずみずしい感性で、提案をし、意見もして、自分の成長が店全体の成長にもつながっていくのがこのレベルです。

「離」は自分の店を構えるなどの独立段階です。自らの個性がどこまで通用するか、広い海に自分の船を漕ぎ出そうとするようなレベルです。まず、自分がどの段階にいるのかを自覚するところからはじめましょう。もし今のあなたがまだ

接客レベルを表す守・破・離



まだこれからの「守」にいたのであれば、日々の仕事において自説をあれこれ唱えるようなことはせず、ひたすら基本の習得に徹することが何よりも必要とされるのです。

モチベーションを明確に持つ

現在、あなたは「守」の段階にいるとします。だからといって独立を夢見てはいけない、ということではありません。それはあなたの仕事への「モチベーション」につながるものだからです。モチベーションとは、「だから自分がんばれる」という動機づけ、奮起する原動力です。「店を持ちたい」「一流になりたい」「とにかくお金を稼ぎたい」などのモチベーションがあれば、「意欲がわかない」「続かない」などという後ろ向きの姿勢とは無縁です。モチベーションは、どの段階にいる場合でも、ぜひしっかり持ち、自覚することをおすすめします。

現代の商品に格差はない

経験もある程度積み、自分で店を経営している、もしくは店を任されるような立場に自分がいるとイメージしてください。そうすると、あなたは一人でも多くのお客様に来店してもらい、客単価を上げ、利益を増やすことに頭を悩ませているでしょう。割引クーポンやチラシを配ったり、新商品を導入したり、店の改装を考えたりしているかもしれません。

しかし、割引クーポンを駅前で配るよりも、一千万円かけて店を改装するよりも、お客様が来店し、店の売り上げが飛躍的に伸びる方法が一つだけあるのをご存じでしょうか。

情報が進み、流通が発達した現代日本において、「もはや商品に格差はない」と言われています。もちろん、上にこだわればキリはないですが、最近はある程度のお金を払えば、たい

い良いモノが手に入ります。それはつまり、「差をつけられるのは人の力」だということに他ならないのです。

お客様は特別なことを求めている

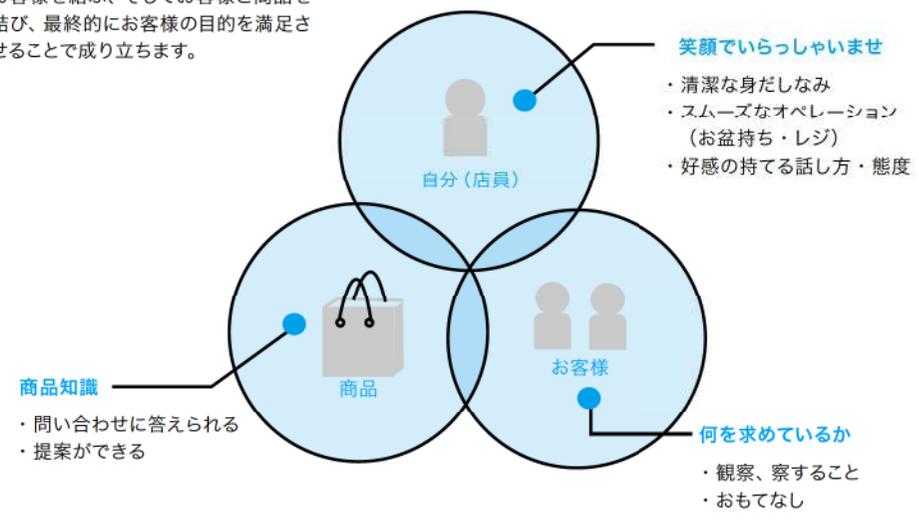
最近、「感動させる接客」などと称して、「お客様の名前を覚えよう」とか「持ち物や着ているモノを何かひとつほめよう」など、新しいアイデアがいろいろと提案されています。もちろん、それ自体は悪いことではありませんし、スキルアップの1つの側面ではあるでしょう。

しかし、接客に関するアンケートを行ったところ、「何か特別なことをされてその店に通うようになった」という答えはどこにも見当たりませんでした。

来店したお客様は、自分の欲求が満たされれば、またイヤなことがなければ、次回も来店するといことがわかったのです。

接客の3大要素

接客は、ただ商品を持って代金を受けとるという作業ではありません。それぞれの円の重なる部分が重要なのです。接客は自分と商品と結び、自分とお客様と結び、そしてお客様と商品と結び、最終的にお客様の目的を満足させることで成り立ちます。



お客様が求めていること

「ふつうの接客ならできているつもりだけど?」
と思っただ方もいると思いますが、それは本当でしょうか。ここで注目したいのはたった一つ、お客様に「イヤなことがなければ」という点です。

あなたのエプロンにシミ汚れはないですか? 「いらっしゃいませ」はいつも笑顔でお客様を見て発していますか? 先に待っていたお客様を後回しにしないノウハウがありますか? 台布巾は汚くなっていませんか? ヒマなとき、店員同士でちょっとおしゃべり……、していませんか? これらは、どれも多くのお客様が接客において「イヤだな」思った、不快に感じた」としてあげられていることなのです。そして驚くべきことに、お客様が「うれしいな」と最も感じたことは、笑顔で「いらっしゃいませ」や「ありがとうございます」を言われたということなのです。