

トークでの主役を「商品」から 「女性客」に変える

▼いつでも買物の主役は自分という女性

女性にとって、買物の主役は商品ではなく「自分」ですが、ほとんどの営業トークでは「商品」が主役になっています。例えば、住宅のショールームでシステムキッチンを見ている女性客に、ビルトインコンロの説明をする営業マンの場合。

「このコンロのガラストップは、高級感もあって汚れにくく、掃除もしやすいです」

「温度センサーに、過熱防止や消し忘れ消化機能がついているので、火災になることがありません」

というように、「いかに商品がすごいか」というトークをしているのです。男性客向けにはそれでいいでしょう。スペック重視ですから。でも女性客は、商品のすごさにはあまり興味がないのです。「自分にとってどうなのか?」「それを使った自分はどうなるのか?」が重要で、そこがずれていると逆効果にもなりかねません。

ではどうすればいいかをお伝えしましょう。商品を説明するよりも前に、まずは質問をして女性客の話をたくさん聞いてください。どんなことに興味があるのか、どんなイメージを持っているのか、どうなりたいたのかを話してもらうことで、どんな女性客が買いたい気持ちになるのです。主役はあくまでも商品ではなく、女性客であることを忘れないでください。

さらに、

「〇〇様が今お使いのコンロで、困ってらっしゃることはありませんか?」

「〇〇様は最新のコンロになったら、どんなお料理をつくってみたいですか?」

このように、主語を「商品」ではなく「女性客」にすることが、最大のポイントです。