

# セールステクニック

# 返報性の法則

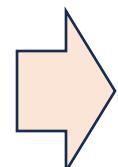
## 返報性の法則

相手から何かをしてもらったときに、「お返し」をしたくなる心理効果

「これ以上は有料級情報なので  
教えられません！」



- ✗ 与えたら減る
- 与えたら返ってくる



ノウハウ・テクニック  
が盗まれるという概念は間違い

# 返報性の法則

類似例

『たらいの法則』

与えれば回りまわって自分に返てくる  
自分だけ得をしようとする  
逆に損をする法則

Give and take  
ではなく

Give and give and given  
与えて与えて与えまくる



手前に水が欲しければ  
向こう側に水をやると  
たらいに当たって水が返ってくる

# オープンクエスチョン

# オープンクエスチョン

回答の範囲を制限せず、自由に答えてもらう質問

## 特徴

はい、いいえなどの選択肢がなく**自由に考えて**答えさせる

## メリット

相手の**考えや状況を詳細に把握**でき多くの情報が聞き出せる

## 活用場面

ニーズを探る・情報収集・緊張をほぐす

## 注意点

「どうですか？」など**抽象的な質問**では何を求められているのか？  
掴めず返答に困り**心理的負担**を感じさせてしまう

# オープンクエスチョンを使用する時のコツ



## 参考例

ワイドショーの司会者が  
コメントーターに質問をふる時

「〇〇さん」と呼びかけてから  
「普通は〇〇だと思うのですが  
〇〇についてどう思いますか？」

- 相手に回答を考えさせる時間を作る
- 回答テーマを具体的に伝える

## 注意点

- 急に振られると言葉に詰まって気まずい思いをさせてしまう
- 質問意図が不明確だと曖昧な返答になってしまう

## ニーズのヒアリングで使用する時

5W1H（いつ/どこで/誰？/何を/なぜ/どうやって）用いて  
答える範囲をある程度限定する

- ・「通常AやBについての問題があるとよく伺います。  
これについてどう感じていますか？」
- ・「○○さんは、なぜ○○したいと感じる様になったのですか？」
- ・「Aをした場合とBをした場合ではどの様な違いが出てきますか？」
- ・「もう少し詳しく教えていただけますか？」

## アイスブレイクで使用する時

- ・「先ほど〇〇とおっしゃっていましたが、  
いつ頃からそう思われていたのでしょうか？」
- ・「初めて〇〇をされた時はどう思いましたか？」
- ・「なぜ、このセミナーを受講したいと思われたのですか？」
- ・「本日、〇〇がしたい！など期待されていることは何ですか？」

### 質問の意図を明確にするトークテンプレート

「気づいたこと、感じたこと、  
決めしたことなどありますか？」

- ・「ありません」と答える人は殆どいない
- ・返答し承認されることで参加に意欲的になる
- ・自分の考えを言葉にすることで腑におちる・緊張がゆるむ

# クローズドクエスチョン

## クローズドクエスチョン

相手に「はい」「いいえ」、「AかBかC」などの選択肢から回答してもらう質問

### 特徴

回答範囲が限定されている

### メリット

回答が明快で、テンポよく会話が続けられる

### 活用場面

相手に求める行動やゴールが明確な場合

### 注意点

多様すると尋問されている雰囲気になるので連續して使用しない様にする

## セールス中に使用する

クローズドクエスチョンで、相手の回答を制限することによって  
ゴールに向かうことができる

- ・「現在抱えているお悩みは〇〇ということでおろしいでしょうか？」
- ・「AとBでしたらどちらがいいと思いますか？」
- ・「〇〇のお悩みが解決したら〇〇の状態になるという認識で  
合っていますでしょうか？」

# ミラーリング

# ミラーリング効果

## 特徴

相手の仕草を真似することで、**親近感**を与え**好感度**を上げることが出来る

## 効果

相手との**心の距離**が始まり、**信頼関係**が築きやすくなる

## 活用場面

**セミナー**・個別アポ・**セールス**

## 注意点

相手に気づかれてしまうと逆効果となる

## ミラーリング効果

自分と似ている行動をしている人に無意識に親近感を抱くので  
相手との信頼関係を築くことができる



- ・頷く (うなずく)
- ・首を傾げる (かしげる)
- ・笑う・微笑む



- ・飲み物を飲む
- ・同じ方向を見る
- ・ジェスチャー

# バックトラッキング

## バットラッキング (オウム返し)

自分の言った言葉や内容を相手に繰り返して言われると、  
理解された気持ちになって安心感を覚える

例)

「〇〇してもらえますか？」 →△「いいですよ！」  
→○「いいですよ！〇〇しますね！」  
(親近感が増す・承認されている感覚)

相手が言った言葉をそのまま返す

- ：なるほど,,,自信がなかったのですね～！（受け止める）
- ×：そんな事言わずに、自信をもって下さいね！（否定する）

## バックトラッキング (オウム返し)

会話の中で繰り返す言葉や気持ちを強調している言葉を  
バックトラッキングされると、  
自分が大切・大事に思っていることが伝わったと感じ安心感に繋がる

「私が○○したのは△△だったので○○したいと思った」  
→「○○したかったのですね！」  
(言葉を繰り返す)

「もしも、あの時に○○していたら後悔したと思う」  
→「○○していたら後悔していたんですね・・・」  
(気持ちを強調)

# 分析麻痹

## 分析麻痺

選択肢が多すぎて考えすぎてしまい  
行動に移せなくなる心理状態

意思決定をできないのは、判断材料が少ないからではなく  
判断材料が多すぎるから決められない

オススメは  
この3つ！



売れる営業マン



売れない営業マン

全てに  
メリット  
デメリット  
あります！

「〇〇を極めるポイント3つ」

「この事だけをひたすら実行するだけで大丈夫です！」

「まとめると〇〇と〇〇を朝にやるだけ！」

「〇〇を叶える5ステップ」

「〇〇を攻略するたった1つの習慣化メソッド」

「カンタン3ステップ」

ドア・イン・ザ・フェイス

# ドア・イン・ザ・フェイス



門前払いされる訪問販売時のフレーズから生まれた手法  
「**返報性の原理**」を応用したテクニック  
「何かをしてもらったら何かをしたくなる」という心理

## 手法

大きな要求を断らせた後に、**本名の要求**を提示する

## 効果

相手に「要求を下げさせてしまった」と感じさせ  
**返報性の原理**で、**本命の要求**を受け入れる気持ちにさせる

## 活用場面

セールスの**価格提示**

## 注意点

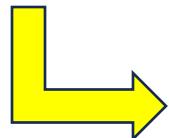
最初の要求が大き過ぎるとハードルの高さから検討基準から外される。  
また、最初の要求と最終的に着地させる要求に関連性を持たせる

例) 「**64万円**のプラン契約を販売したい」という目的がある場合

はじめから**64万円**のプランでは難しくても、  
まず**78万円**から大幅に値引かれた印象になるため、  
**お得感**を感じやすくなる

# ドア・イン・ザ・フェイス 応用スキル

標準・一般・通常価格



**本日即決・限定〇〇名・今月枠〇〇名・  
キャンペーン・モニター価格**

**本日即決**される方限定！

標準価格 (78万円) より **14万円引き**

即決価格

78万円

**→64万円** (税込)

**銀行一括お支払い者**  
～特別価格～

さらに！

**2万円引き**させて頂きます！

# フット・イン・ザ・フェイス

# フット・イン・ザ・フェイス

「お話しだけでも聞いてください！」と  
ドアに足を入れ扉を開けるところから  
この手法が生み出された。一過性の原理を利用している



## 手法

まず相手が簡単に承諾できるような小さな要求を提示し  
段階的に本命要求を承諾してもらう

## メリット

相手が小さな要求に承諾すると、一貫性の心理が働くため、  
次の要求にも応じやすくなる

## 活用場面

フロントセミナーのアイスブレイク

## 注意点

最初の要求と本命の要求に一貫性がないと不信感に繋がる

## 活用例

売：「初回無料でお試しできます」

客：「それでは、やってみます」

売：「1ヶ月契約して頂いた方には今なら〇〇特典がついています」

客：「では1ヶ月間契約します」

# フット・イン・ザ・ドア

## 応用スキル



### セミナー（アイスブレイク時）

- ・「〇〇を解決したいと思って参加された方は**挙手をお願いします**」
- ・「〇〇地域にお住まいの方はどのくらい**いらっしゃいますか？**」

など、**誰でも簡単にアクションで返答できる質問**することで  
セミナーに参加する意欲を高める

# 社会的立証の心理

## 特徴

多くの人から一定評価があるので、「自分も同じ様な結果が得られるだろう」と期待値が膨らむ心理

## 適用場面

セミナーのリマインダー・インスタ(ストーリーズ)・セールス・LP

## 活用法

口コミ掲載・感想動画・ビフォーアフター

# 社会的立証の心理

## 受講生さんのお声 (個別相談前に見てもらう)

### セミナー参加者の感想 (インスタストーリー・ハイライト掲載)

#### こくちーず口コミ シェア最高評価

40代／女性  
★★★★★ 5  
無料とは思えないくらい完成度が高いセミナー  
めちゃくちゃ勉強になりました！  
交流会に数多く参加しているのですが、参加してもビジネスに繋がらない理由がめちゃくちゃ明確になりました！  
交流会から集客したいと思う人は、一度聞いてお

40代／女性  
★★★★★ 5  
めちゃくちゃオススメ！  
無理な売り込み感ゼロ！  
学びやすさ・分かりやすさ・タメになるノウハウ満載！！！  
講師の方からとても話しが上手  
(元・フリアナウンサーさんだったとは！？)なので、どんどん引き込まれて、気がついたら、あっという間に終わっていたくらい、楽しかったし、学びのレベルが高かったです！

しかも、最後にめちゃくちゃ感動するシーンがあった・・・(参加してからのお楽しみとして言えないですが・・・)  
本当に素晴らしいセミナーなので、参加する事をオススメします！ありがとうございました！

60代以上／女性  
★★★★★ 5  
非常に完成度が高い勉強会でした！  
色々なセミナーや勉強会に参加したことがありましたが・・・  
非常に有意義で実りの多い内容盛りだくさんで、  
とても勉強になりました！  
例え話しが非常に分かりやすく、即実践に活用出来そうな内容

40代／女性  
★★★★★ 5  
自分の改善点がわかった！  
千夏さんのこれまでのご経験から得られた、営業のノウハウを惜しみなく、いろんな具体例を交えながらとてもわかりやすくお伝えくださり、また参加者全員にこまめに理解度など確認しながら進めてくださるので、とても分かり易かったです。自分の営業の改善点が具体的にわかり、点が線につながりました！とてもオススメです。

自分のビジネスにとても役立つ情報満載でした  
無料イベントを開催するにあたって、主催者側の視点から参加させていただいたので、とても役ちました。何が問題で、何をどうすればいいのか、明確に分かりました。ありがとうございました！



# バンドワゴン効果

# バンドワゴン効果

## 由来

パレードの先頭行く楽隊者（バンドワゴン）に多くの人が続く様子



## 事例

SNSフォロワー数が多いアカウント・成功実績が多数

## 活用場面・方法

ユーザーの購買意欲を向上させる見せ方が出来る

## 社会的立証の心理との違い

特にブームや流行が起こる状況を指すことが多い

## 実績に権威性を持たせる

- ・受講生の約8割が月商100万円を突破
- ・1万人に集客＆販売セールスを教えてきた
- ・東京でパンケーキが美味しいお店ランキング第2位
- ・お客様の9割がリピートするヒーリングサロン
- ・8割のお客様が平均5～8キロの減量成功
- ・ビジネスマン370名の服装を直接指導
- ・ホステス歴15年の接客

# バンドワゴン効果 応用スキル



セミナー構成や進め方が分かったので  
お茶会や女子会などの  
お遊びフロントエンドから脱却でき  
憧れだった月100万円を達成  
することが出来ました！

心理学コミュニケーション  
大西美実 様

Copyright BIZBLOOM Inc.



38万円の高額講座でも  
サラッと売れる  
セールスマソッドのお陰で  
スムーズに成約する事が  
出るようになりました！

ブランディングコーチ  
桑原智恵子 様

Copyright BIZBLOOM Inc.

プレゼンスライド  
特典の説明後に  
受講生のお声

「大勢が利用しています」や「〇〇個売れました」  
など、みんな使っているから、  
きっといいもんだろうと言う心理

個人起業家さんのビジネス作りをサポート



7年間約500種類の講座ビジネスを作成

Copyright BIZBLOOM Inc.

フロントエンドセミナースライド  
自己紹介として  
実績紹介

# 両面提示

相手を説明する時に  
良い面(メリット)と悪い面(デメリット)の**両方を伝えること**



## メリット

- ・相手の**信頼関係**を築きやすく、**説得力**を増す
- ・**理由や背景**を理解する事で**理解度**が増す

## 活用場面

セールスプレゼンテーション

## 効果的なポイント

- ・バランスの取れた**情報提供**ができる
- ・自分にとって必要な**情報選択**を提案できる

# 両面提示 応用スキル

## 他社比較

一般的な起業コンサル

SNSなどの集客テクニック

ノウハウ開示  
→自分で組み立て

大人数のセミナー形式にて  
マインドセットノウハウ

集客ファネル構築講座

集客～セールスまで  
一貫サポート

豊富な実績事例と  
膨大テンプレートから組み立て

少人数のワークショップ形式にて  
即実践に使える具体的ノウハウ

Copyright BIZBLOOM Inc.

他社比較しながら  
自社サービスのウリを強調

## 特典ピックアップ

	特典	スタンダード	プレミアム
書き込み式 テンプレート	34種フロントエンド作成書込み式作成 マニュアル LIVE配信トーク台本 テンプレート 交流会主催/参加メソッド マニュアル 27種セールスマソッド テンプレート 38種キャッチコピー書込み テンプレート ミッションエンロールトーク テンプレート	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○
	全24回グループコンサル 参加権 無制限チャット質問 権利	○ ○ ○ ○	○ ○
	月1個別コンサルティング（6ヶ月） ビジネスコンセプト企画立案 セミナースライド作成サポート キャッチコピー無限添削 LIVE配信台本作成サポート セールス個別フィードバック	— ○ — ○ — ○ — ○ — ○ — ○	— ○ — ○ — ○ — ○ — ○ — ○

下位と上位の  
プラン特徴を視認させる

# □—ボールテクニック

# ローボールテクニック



## 手法

好条件を提示し承諾を得た後に条件変更する

## 利用場面

キャッチ・店頭セールス

## 注意点

意図的に使用すると信頼関係を崩す可能性が高いので  
変化・応用させた使用方法を適度に活用する

# □一ボールテクニック

## 応用スキル

具体的フィードバック&アドバイス

### 本日の復習コンサル

- ・ **トラブルエラーの原因**  
(集客・キヤッヂコピー・セールス)
- ・ **価値を高める教育**  
(内容・タイミング・方法・やり方・テクニック)

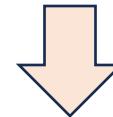
## **何が原因なのか？と一緒に考えます**

(1.5時間～2時間)

終了後アンケート：希望する・希望しないをお知らせ下さい

This block is a promotional card for a review consultation service. It features a central vertical line with decorative floral corners. The text is organized into sections: a general statement at the top, followed by two main bullet points, then a large bold title, and finally a duration note and a survey request at the bottom.

フロントセミナー



個別相談

プレゼンテーション  
(説明会)

# 八口一効果

# ハロー効果



## 意味

目立ちやすい特徴に引きずられて、他の特徴の評価が歪む

## 別名

後光効果、ハローエラー

## 活用方法

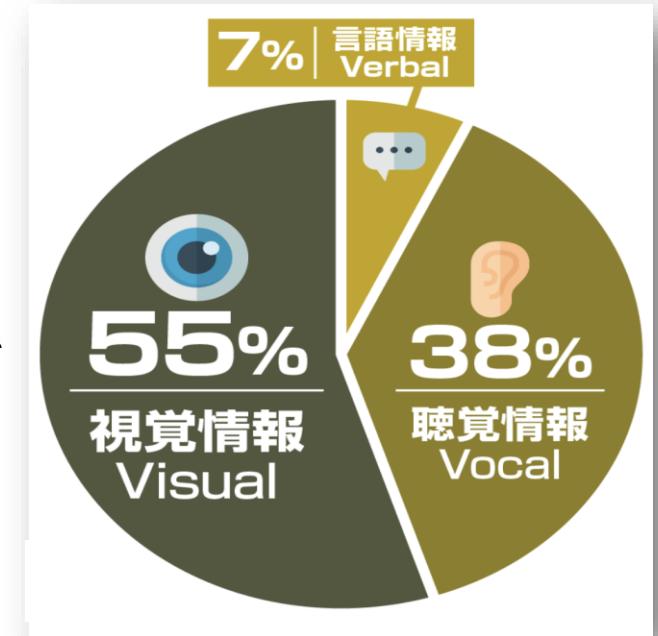
過去の実績やクライアントの成果事例から再現性を感じさせる

# メラビアンの法則

# メラビアンの法則

## 内容

人は会話や説明の言語情報よりも  
声の音量・トーン・見た目などの非言語情報の方が  
印象を残しやすい



## 活用場面

初対面のファーストアプローチ

## 活用方法

言語内容で伝わる情報は全体の7%に過ぎないので  
“何を話すか？”よりも“何が伝わっているか？”を意識する

# メラビアンの法則

聞いている側は言語よりも  
非言語情報を多く受け取っている



非言語	
動き	しぐさ・ジェスチャー・ボディーアクション・目の動き・目線
容姿	体型・口臭・体臭・肌の色・髪型・ムダ毛
雰囲気	明るい・暗い・楽しそう・驚く・テンション・穏やか
音	トーン・ピッチ・スピード・声の質・口調・間の取り方・リズム
装飾品	服装・アクセサリー・持ち物・化粧・メガネ
オンライン	バーチャル背景・照明・明度・雑音・Wi-Fi環境・画面が動く

## メラビアンの法則



ボディランゲージ  
画面で会話できるくらい  
大袈裟にジェスチャーするくらいで  
ちょうど良い！



エネルギー・テンション・情熱  
お客様 ← 提案者

# 单纯接触効果

# 単純接触効果



## 特徴

興味がなかった人や物事でも**何度も接する事で好印象を抱きやすくなる**

## 場面

対人関係・営業活動

## 活用例

広告、LINEメッセージ、Live配信投稿、YouTube動画

# 単純接触効果

## 応用スキル

なるべく期間を空けない・無意味な接触をしないようにする

- ・毎日SNS投稿
- ・定期的にLive配信を行う
- ・ターゲットの目に触れる回数を増やす
- ・有効期限を繰り返しアナウンスする



# ピークエンドの法則

# ピークエンドの法則

## 特徴

記憶に残りやすいのは、  
**感情**が最も高ぶった出来事（ピーク）と  
ラスト（エンド）の2つのシーン



## 適用場面

プレゼントトーク・セールス



## 活用法

ピークとエンドを**意識**することで  
全体の**好印象**を作る

# ピークエンドの法則

- ・「ここだけの話ですが」と伝えることで**特別感**を出す
- ・「これだけは覚えておいて！」と伝えると**印象に残りやすい**



Copyright BIZBLOOM Inc.

美しい女性の言葉

女性よ自立しなさい。  
自分の足で立ちなさい。

女性よ自立しなさい。  
自分の足で立ちなさい。

女は  
40を過ぎて  
初めて  
面白くなる

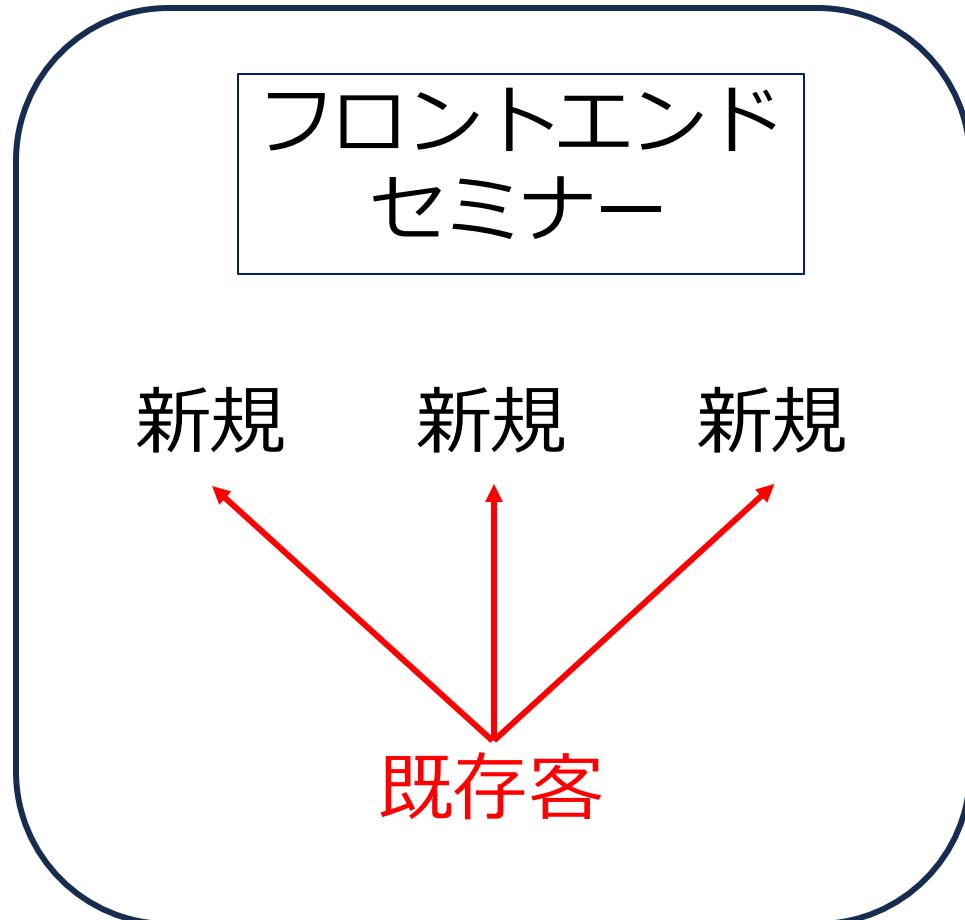
出来るか  
出来ないかではなく  
やりたいか  
やりたくないか?  
チャレンジするって  
楽しいよ!

池森千夏  
(起業コンサルタント)

# ワインザー効果

## ワインザー効果

本人よりも**第三者から発信された**  
情報の方が**信頼されやすい**心理効果



フロントエンドセミナー

新規  
サービスの入り口

既存客  
実践の成果・学び

相互作用  
既存客（第三者）からの**口コミ効果**

# ワインザー効果

サービス内容の特徴に合わせて、**成果事例を紹介する**

LIVE配信テクニック

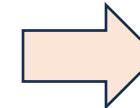
潜在顧客（これから客）に**価値教育**する仕掛け

Copyright BIZBLOOM Inc.

思いつきトークでは  
価値提供できない

ブランドイメージを定着させる  
台本作り

・LIVE頻度  
・時間帯  
・トーク台本  
・進行構成  
・画面共有  
・事前告知  
・アーカイブ設置



潜在顧客に**教育**する  
ファネルがつくれた事で

LINE登録が  
毎月**33件アップ**して  
自動集客する仕組みが  
完成しました！

オンライン秘書サービス  
高梨奈々恵 様

Copyright BIZBLOOM Inc.

交流会 集客（主催・参加）

交流会で知り合った人をお客様にする  
**秘策テンプレート**

読みで伝えるだけで実践できる

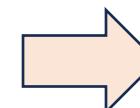
・興味・関心深掘りトーク  
テンプレート  
・これから客（潜在顧客）  
価値教育ステップ法  
・第一印象から好感度を高める  
トークテクニック  
・印象力とインパクトを与える  
会話術テンプレート

Copyright BIZBLOOM Inc.

△ 交流会・SNS  
個別アポ・LINE教育  
フロントセミナー  
成約

△ 交流会200回以上開催してきた  
ビジネスに繋がる集客ノウハウ

△ フロントセミナー



交流会で知り合った人を  
お客様にする  
**秘策テンプレート**を  
読み上げるだけで

フロントセミナー参加率が  
**5倍以上アップ**出来ました！

開運アドバイザー  
前島育子 様

Copyright BIZBLOOM Inc.

# フレーミング効果

同じ情報でも表現方法の違いによって、  
評価が変わる心理現象  
「フレーム」の選択によって、  
同じ情報でも異なる印象を与える

## 事実

コップに水が半分入っている

## 解釈

- ・半分しか入っていない
- ・半分も入っている



# プロスペクト理論

# プロスペクト理論

## 特徴

損失を避けたい感情の方が得を得る感情を上回る心理

## 参照事例

フレーミング効果の活用により効果を発揮

## 活用場面

セールス・プレゼンテーション

例)

1万円手に入れるよりも、1万円損するほうが精神的に大きく作用する  
「損をする」ことのほうがより大きいショックを受ける

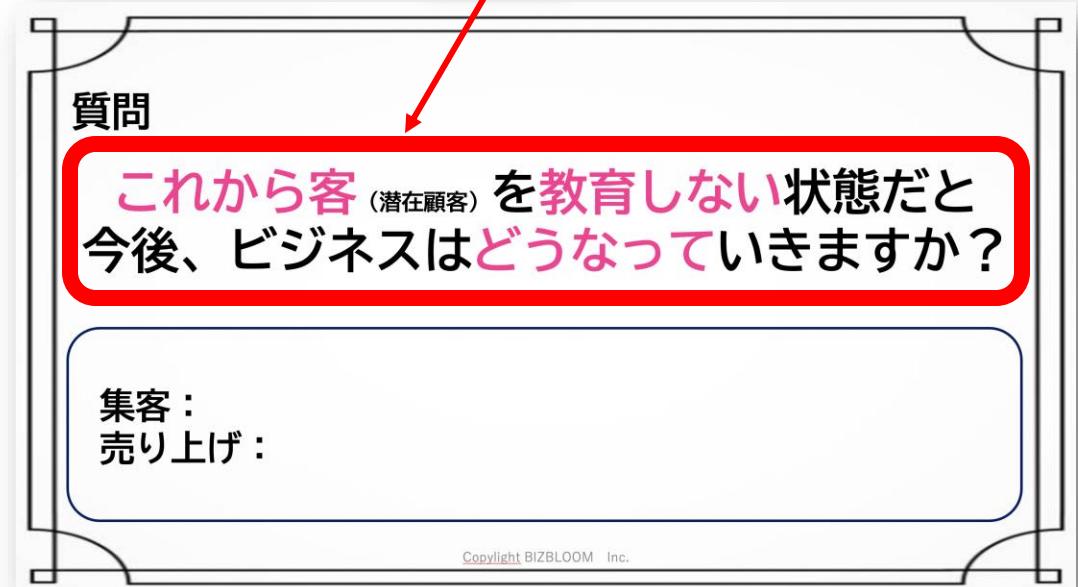
# プロスペクト 応用スキル

× : 稼ぐ方法  
○ : 損しない方法

× : 成功するノウハウ  
○ : 失敗しないノウハウ

- セミナータイトル
- SNSリール

ネガティブ訴求効果



- 商品説明する前のセットアップ

# ラポールテクニック

## 心と心の架け橋を作る感覚



心と心が通う感覚

こんな事ありませんか？

- ・たまたま同じミュージシャンが好きで、その話をきっかけに仲良くなった友人
- ・共通の友人がたくさんいたことをきっかけに親しくなった仕事の関係者

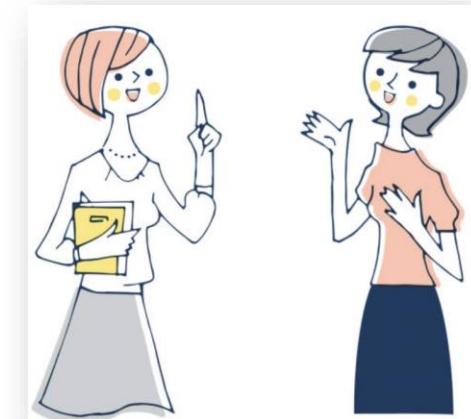
同じ・共通のテーマがあると一気に親しくなる

## ラポールを築くトークテンプレート

「おっしゃる通りです！」  
「私もそう感じていました」  
「普通、そう考えるものですよね！」  
「さすが！」  
「ご指摘の通りです」  
「同じ価値観で嬉しいです！」  
「私たちの年代（世代）だと,,,」  
「私たち女性にとって,,,」  
「個人起業家あるあるだと思うのですが,,,」  
「私も〇〇さんと同じ事を感じていました！」  
「,,,ですよね！」  
「そう思いませんか？」  
「全く、同じ感覚です！」  
「その価値観、大好きです！」

会話のクッション言葉として差し込むと  
コミュニケーションが良好になる

「正に、その通りですね！」  
「勉強になります！」  
「目からウロコです！」  
「なぜ、それが分かったのですか？」  
「出会えて嬉しいです！」  
「その様なお声が多いです！」



# テストクロージング

# テストクロージング



## 目的

顧客の購買意欲を確認し、商品やサービスに対する疑問や不満の反応を見ながら段階的に状況を把握する

## メリット

次のステップに進めるかどうか顧客の感情や心理を把握する事で条件に適した提案が可能となる

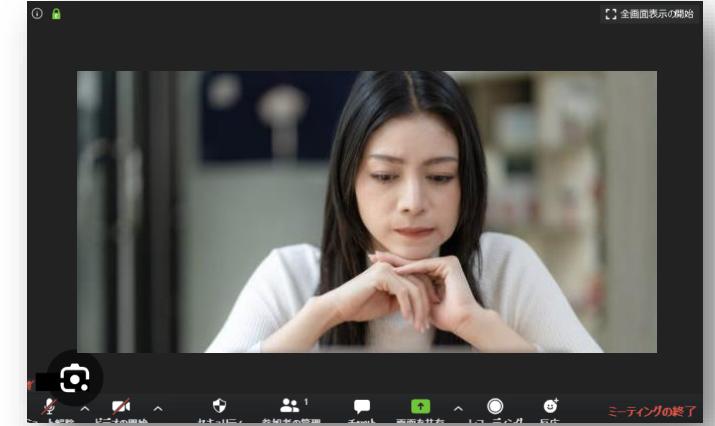
# テストクロージング 応用スキル

## 表情が固い・反応が薄い・無表情

「これについてどの様に感じましたか？」

### ポイント

- ・表情や反応が鈍くなってきたら即、**原因を探る質問**をする
- ・心の中でつぶやいている感情を吐き出させる
- ・込み入った話しになる様なら画面共有を消して**お互いの顔のみ**にする



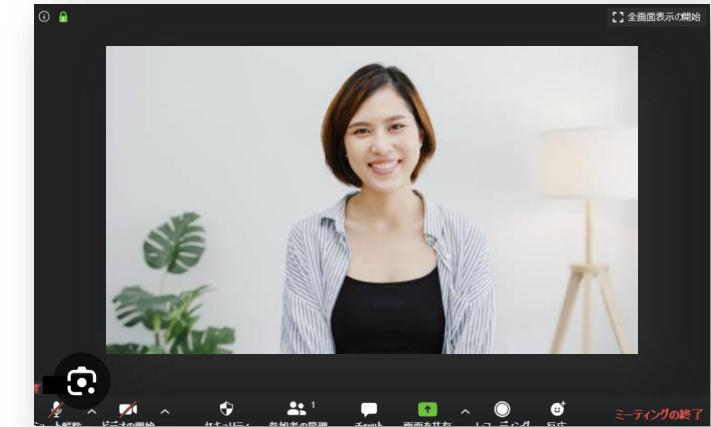
# テストクロージング 応用スキル

## 笑顔・高リアクション・驚く

「これについてどう思われますか？」  
「どんなところがいいと思われましたか？」

## ポイント

- ・良いと思った箇所を語らせること購入したい気持ちが高まる
- ・セールスしている自信がアップするのでテンションが上がる



### 疑問点が出そうな箇所

「ここについて何かご質問はありますか？」

### ポイント

- ・分かりにくい箇所を**丁寧に説明**している姿勢に**好感度が上がる**
- ・理解できないまま進行されると**聞く気が失せる**

# テストクロージング 応用スキル

## 質問パターン

「どうですか？」 「いかがですか？」などの曖昧な質問はNG

## タイミング

2~3分に一回は質問＆アウトプットさせる

## ポイント

- ・セールス中には「はい」「いいえ」で答える質問は極力避ける  
(クローズドクエスチョン)
- ・質問をしそびえていると気づいた時  
「一方的に説明しちゃってごめんなさい！何か質問ありますか？」と  
伝える事で、一体感が出てしっかり聞こうという気が高まる

# Yes but No法

相手の意見を承認した後に自分の意見を伝える

## YES

相手の意見や主張にまず**共感や理解**を示すことで、自分の意見が受け入れられたと感じ、**警戒心が和らぐ**

## BUT

相手の意見を**肯定**した上で、自分の**意見や反論**を伝えることで、相手に**不快感を与えず**に自分の**考えを伝える**ことができる

## NO

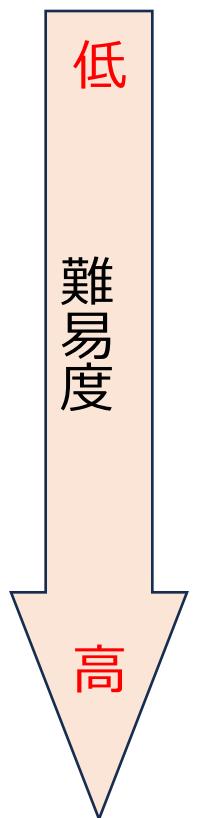
相手の**意見を否定**する場合、直接的な否定ではなく、別の視点や**理由**を提示することで、**相手を納得**させることができる

## YES（相手の意見をそのまま受け止めて承認する）

- ・「なるほど、そうですよね！」
- ・「そう感じられる方が多いのは事実です」
- ・「おっしゃる通りです」
- ・「お気持ちよく理解できます」
- ・「さすが！ 着眼点が素晴らしいです」
- ・「その様に感じられたのですね！」
- ・「率直におっしゃって頂き感謝です」
- ・「実は私もそう思っていました！」
- ・「その様な経験があったら、普通そう思いますよね！」

## BUT (新しい価値観を伝える意識)

- ・「一方で」
- ・「ただ・・・」
- ・「だからこそ」
- ・「その様なお声があるから」
- ・「そんな方のために」
- ・「私が感じたことをお伝えしてもいいですか？」
- ・「もしも、この様な考え方だったらどうですか？」
- ・「反面、こんな考え方もあるのですが・・・」
- ・「では、そんな時にこんな状態だったらどうでしょうか？」



## NO（新しいアイディア・意見・違う角度からの解釈）

- ・「〇〇なご要望が多かったので生み出されました」
- ・「〇〇してみたら新感覚だからウケる様になりました」
- ・「新しい価値観として〇〇をご提案するようになりました」
- ・「実際に体験した多くの方からお喜びの声が聞かれる様になりました」
- ・「メリット・デメリットどちらもあるのですが、メリットとしては…」

### ポイント

- ・**両面提示**する（メリット・デメリット・訳ありの理由・支持される・されていない理由）
- ・**バンドワゴン効果**（多くの人に受け入れられている理由）

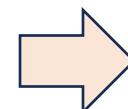
# You message · I message理論

# You message・I message理論

相手に自分の意見を伝える時に気づきを与えるながら  
本質的なメッセージを伝えるテクニック

- You message (主語が相手)

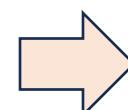
あなたは嘘つきですよね！



断定的・決め付け  
反発心を生む

- I message (主語が自分)

私はあなたが嘘を  
言っている様に感じます



なぜ、その様に感じたのか  
議論・話し合いを生む

伝えにくい・誤解を生む内容は主語を自分にして話すと柔軟化する

# You message・I message理論 応用スキル

## ■トラブル・エラー対処してもらいたい時

- 問題の原因に焦点を当てて議論することが出来る

## ■過去のトラブル事例を伝える時（好感度を下げない言い方）

NG：あの人は〇〇してくれない

GOOD：私は〇〇してくれない人だと思った

## ■相手に気づきを与えるながら改善を求める話しあいが出来る

- NG：あなたっていつも〇〇よね！

- GOOD：私はいつもあなたが〇〇だなって感じていて、その部分を〇〇に感じていました

相手の人間性・性格・本質を否定するのではなく、  
トラブル原因を指摘することで、問題の根本を改善しやすくなる

# ファクト フайнディング技術

顧客の状況を確認しながら  
真の原因や問題解決の糸口を見つけ出す手法

## メリット

- ・顧客が気づいていない課題を発見できる
- ・問題の根本原因が見つかり解決手段の提示を受け入れやすくなる

## ポイント

- ・顧客である相手に興味を持って、自分事としてヒアリングする
- ・顧客が何に問題を抱えているのかと一緒に探る感覚を持つ

# ファクトファインディング 応用スキル

## ①話題を広げる

1つの質問を投げかけて終了するのではなく「では〇〇は？」  
「こちらは？」と連続した質問を続けていきます。

## ②話題の深堀り

1つのテーマを軸にして「なぜ？」「どのように？」と、話題を深掘り

## ③課題をまとめると

顧客と「問題は〇〇と〇〇ということですよね？」と相違がないように共有を繰り返し、話題を一つづつまとめる

# ファクトファインディング

## 応用スキル

- ファクトファインディングがうまくいかない場合

### **興味がない状態から始めてしまう**

突然、**込み入った話題**をし始めるのではなく、相手の**警戒心**を解き  
**信頼感**を得る

### **意見や感情が入り軸がブレている**

ヒアリングをする側の**感情**は一旦、心の中に留めておく

# よくある質問

# よくある質問



よくある質問

料金提示する直前に  
反論処理をしておくことで断り文句を打ち消す

## よくある質問

### ■個別コンサルは平日だけですか？

平日9時～20時の時間帯で90分ですが、土日祝は同時間帯にて60分となります。

### ■スタンダードプランとプレミアムプランの大きな違いは？

6ヶ月間 個別コンサルやセールス現場フィードバックの有無になります。

マンツーマンでビジネスエラーを個別フィードバックするので、ピンポイント解決するサポートが出来ます。

### ■自分で出来そうなので、出来なかつたらお願いしてもいいですか？

今回ご案内している特典や価格は  
ご希望するタイミング時にサポート終了している可能性があります。

### ■お返事はいつまでにしたらいいですか？

お支払いは3営業日以内で結構ですが

本日フォーム入力された方のみ即決価格になり、それ以外は通常価格となります。

Copyright BIZBLOOM Inc.

料金を伝えた後の質問に答える  
→説得させられた

料金を伝える前に説明しておく  
→納得する

# ネームコーリング

# ネームコーリング

## アメリカでの実験



相手の名前を  
**呼ばないで**  
会話したグループ



相手の名前を  
**呼んで**  
会話したグループ

会話の後に  
**相手に対する印象をアンケート**

「名前を呼んだグループ」の方が  
「名前を呼ばなかったグループより

相手をフレンドリー・社交的・  
もう一度会いたいと**好印象**を持った

### ネームコーリング効果

「人は自分の名前を呼ぶ相手のことを無意識で好きになりやすい」心理現象

#### ◆承認欲求

存在を認めてもらっている感覚

#### ◆返報性の原理

名前を呼んでもらえると相手に好意を感じ、その好意のお返ししたい気持ちになる

#### ◆ネームレター効果

無意識下で自分の名前に愛着を感じている

自分を大切に扱われていると感じ、呼んでくれた人に好感を感じる

#### ◆幸せホルモン

オキシトシン（気分がいい時に出るホルモン）の分泌

# ワードを立てる

# ワードを立てる

【重要メッセージをゆっくり、大きな声で、間をとって話す】

自分の得意なことを  
高額商品に変える方法お教えします



ライバルと差別化された  
あなただけのビジネスが作れます

Copyright BIZBLOOM Inc.

あなたの提案書と一緒に作ります



高額商品として  
購入される  
提案書を作ります

ご覧の提案書のクオリティーを  
あなたのお客様にご提案できます！

Copyright BIZBLOOM Inc.

「○○さんに○○をお教えしたいと思っています」  
「あなたのスライド資料と一緒に作ります」

## ◆聞き手の心理◆

- ・よく聞いておかなければいけない重要な箇所なのだと感じる

# 主体的に参加させる

主体的に参加させる

提案をしている側と黙って聞いている側  
と言う関係性を作ってはいけない

聞いていだるけ  
だから退屈



提案の内容を自分ごととさせる

自分ごと  
だから  
話に引き込まれる



GOOG例

【提案者】 「1 + 1 は！？」

【お客様】 「2です！」

【提案者】 「そう！ 2だからこそ,,,」

NG例

【提案者】 「1 + 1 は2ですよね！」

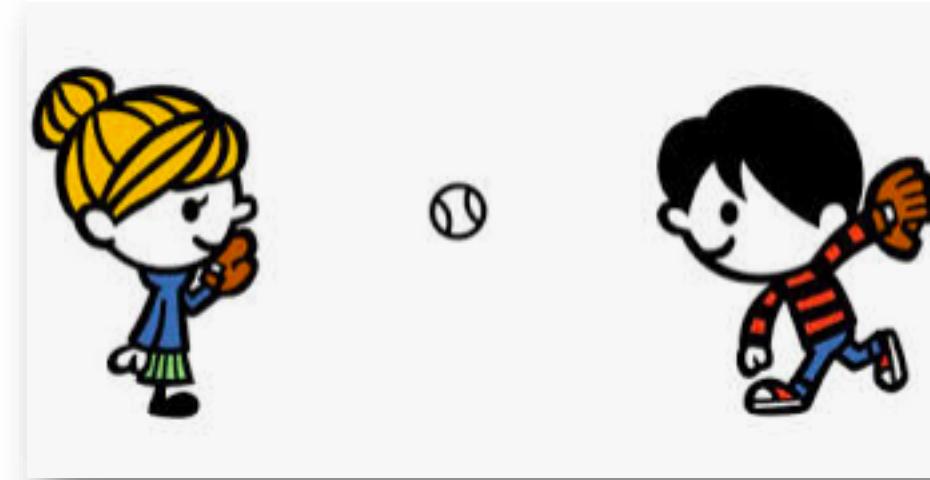
【お客様】 「・・・」

トークテンプレート

- ・「私が一番、伝えたいメッセージって何だと思いますか？」
- ・「なぜ、この講座は○ヶ月で販売していると思いますか？」
- ・「この講座で学ぶ事を実行したら、どんな未来が手に入ると思いますか？」

# 会話のキャッチボール

会話のキャッチボールとはどのような状態？



- ・なぜ“Throw ball”と言わないのか？
- ・なぜ“Catch and throw ball”と言わないのか？

✗会話が盛り上がっている  
○相手の話しを受け止めている



相手の話を聞く力＝承認力

## 承認力を与えるメリット

- ・安心感
- ・余裕を感じる
- ・警戒心が解ける
- ・緊張感が解ける

## やり方

クッション言葉を多用する

「なるほど！」 「へえ～！」 「そうなんですか？」 「すごい！」

# 空っぽの法則

## ■ まず相手に話をさせる

○：〇〇さんは、どんなお仕事していらっしゃるのですか？

×：私は〇〇の仕事をしております。〇〇さんは？

### 自分の心の立ち位置

- ・相手を受け入れる気持ちを表す
- ・相手に興味があるので話を聞きたい

### POINT

- ・相手が促してきても先に話をさせる
- ・すごく興味があるので、相手の情報を聞かせて欲しい旨を伝える

■自分が**話せば話す**程、相手は**情報を取得**して心の中は**言葉**がいっぱい

- ・**知らない情報**が溢れる
- ・情報がたくさん**重なる**
- ・情報が**たたみ込まれる**



心の**シャッター**を閉じる



■相手の**行動の目的**を理解してあげる

人は自分の**メリット**のために行動している

「**どんな目的**でご参加されたのですか？」

「どの様なお客様との出会いを求めていらっしゃるのですか？」

■心の中を空っぽにさせないと情報を吸収できない

- ・先に話を**させた方**が**価値**を作る（勝ち）
- ・受け入れてくれた = **安心感**

# 受け皿コミュニケーション

# 受け皿コミュニケーション



8割聞いて 2割話す  
→ 質問する

## 質問

- ・どの様な人と交流したいのか？
- ・どんな情報発信したいのか？



相手の求めていることを質問する

## 受け皿コミュニケーション



情報をアウトプットすると  
**相手の心にスペースが生まれる**