

カリスマが語る“販売の極意”

2010年は「販売力」の年——。世界的な不況、テレビなどの商品単価の下落、量販店の台頭。地域店を取り巻く環境は厳しさを増している。いま問われているのは、地域店の「販売力」だ。そこで今回は、「売れる売れる研究所」の代表で『即効トークで3倍速く売るプロの販売』（日本実業出版社）の著者でもある“カリスマ販売員”橋本和恵氏に、販売の極意を聞いた。

実は私、昔は陶芸家でした。佐賀県立有田窯業大学校という陶芸家を育成する大学の出身で、大学を出てからしばらくは陶芸家として作品を作っていたんです。そのころは、人と話すのが苦手でした。ですから、口下手な地域店の店主さんの気持ちがよく分かります。

でも、こんな私でもカリスマ販売員になりました。口下手でも販売はできるんです。技術を学べば、誰でも売れるようになるんです。

ただし、私も最初から売れたわけではありません。アルバイトで「マネキン」と呼ばれる派遣販売員になり、全国でいろいろな物を販売してきました。ピンからキリまで、それぞれ100円のものから100万円の物まで売りましたね。

最初は全然売れなくて、派遣先に行っても「今日は橋本が来たのか、別の人がよかったのに」と嫌味を言われるようなこともありました。それは悔しかったですよ。

そんな中で私は、店頭に立ちながら“実験”を繰り返してきました。実験とは、何かしらの“狙い”や“仮定”を頭の中に置いて、それを試して



橋本和恵氏

1977年生まれ。アルバイトで派遣販売員（通称マネキン）となり、さまざまな商品を全国の店頭で販売しながら、販売のノウハウを蓄積。有名メーカーにて驚異的な売り上げを記録するなど実績を重ね、カリスマ販売員と呼ばれる。06年、フジテレビ通販キャスターに抜擢。07年、「売れる売れる研究所」を設立し、講演や研修、コンサルタントなどを積極的に展開。消費者心理のツボを押さえたセミナーに定評がある。

みながら販売することです。例えば「主婦のお客にはこういう一言が効くんじゃないかな」とか、「黒い服のお客を呼び止めるときにはどうすればいいだろうか」とか。回数にして、500回くらいは実験しました。

実験は150回が成功、残りの350回は失敗でしたね。失敗の方が多と思われるかもしれませんが、これらの成功と失敗を通して、私には現場ですぐ使えるノウハウが蓄積されたんです。

お客の五感に訴えてイメージさせる

今日はその中から、現場ですぐに使えるテク