

絶対に断られないために・・・。

例えば、あなたが、
ネイルサロンを経営しているとしましょう。

あなたは、本音では、
「会う人、会う人、すべての女性に、
一度ネイルサロンに来店してほしい！」
と、思っていたとします。

あなただったら・・・。

どうやって、いやらしくなく、
来店してもらえるようにアプローチしますか？

会う人、会う人に、
「うちのネイルサロンは、他とは違うんです！
〇〇認定を得ていて、この地域ではウチだけなんです。
おともだち割引で、初回半額でいいですよ！
ぜひ、一度きてくださね！」
このように伝えてまわりますか？
このように伝えてまわったら、
まあ・・・嫌われます。

嫌われないようにするために、
ステップを作成してきましょう。

1.ニーズを引き出す

2.解決策を
求めているかの確認

3.解決策に投資が
できるかどうかの確認

4.自社製品との
お見合い

3分で心を掴む絶対に断られないトークプランニング

お名前：_____

もしあなたが、ネイルサロンを経営されていて、
初対面の練山（ねるやま）さんに、
会話するなら、こんな感じです。

あなた：

「こんにちは！突然なんですけど、練山さん、
とってもキレイなネイルやってらっしゃいますね・・・！
ご自身でやってらっしゃるんですか??？」

練山（ねるやま）さん：

「えー！そうですか！ありがとうございます。
嬉しいです～。

これ、友人のネイリストに、出張でやってもらってるんですよ～」

あなた：

「そうだったんですね～。
実は私もネイルサロン経営しているんですよ。

だから、つい、みなさんの爪先が気になっちゃうんです。

それにしても、練山さん、練山さんらしく、
スゴくキレイに整えてらっしゃいますね～。

それだけキレイにやってらっしゃるとは、うらやましいです」

練山（ねるやま）さん：

「もー！そんなにホメてくれても、何も出ませんよ～！
そんなにキレイでもないですから」

あなた：

「いやいや、ホントに。
それだけマメに、きちんと、トレンドを押さえて、

キレイにやってらっしゃるなら・・・。

練山さんは、ネイルに関しては、パーフェクトですね！

練山さんのまわりで、練山さんみたいにネイルがキレイじゃない方が、
もし、いらっしゃれば、ご紹介いただけたら嬉しいです(^_^)」

練山（ねるやま）さん：

「そんなたいしたもんじゃないですよ。

私自身、プロじゃないですから、

キープするのはいろいろ大変なんです・・・」

あなた：

「またまたー。
大変って言ったって、そこまでできてたら、すごいですよね～」

練山（ねるやま）さん：

「いやいや、実は、昨日ネイルサロンに行ったばかりだから、
こんなにキレイなんですけど・・・。

今、月1回しか行けてなくて。

本当は2週間に1回くらい行きたいんです。

でも、今やってもらってる人が、ちょっと料金が高いのと、
日程の調整がしづらくて、月1回しか行けないんです。

お名前：_____

トークプランニング1.ニーズを引き出すために

Q、あなたの提供したい商品・サービスは何ですか？

Q、あなたの商品・サービスで満たせる欲・解決できる問題は何ですか？

Q、相手が、あなたの商品・サービスで改善できることは何ですか？

Q、相手から引き出したいニーズは何ですか？

Q、相手からニーズを引き出すために、何をほめますか？

Memo

「とってもキレイなネイル」

まずいいところを見つけるのです。そして、ほめるのです。

「スゴくキレイに整えてらっしゃいますね～」

と、さらにほめるのです。

「それだけマメに、きちんと、トレンドを押さえて、キレイにやってらしゃる」
さらに、ほめるのです。すると、練山さんから、

「プロじゃないですから、キープするのはいろいろ大変なんです・・・」

と、マイナスが出てきました。ここで、

「わお！ニーズあるな！この人！」

と、鼻息を荒くして、

「だったら、ウチのサロンへ・・・！フンフン！」

と伝えてしまうと、ガツガツしてる感じが伝わってしまいます。ですから、

「大変って言ったって、そこまでできてたら、すごいですよね～」

と、伝えて、さらに、ほめるのです。すると、

- ・ 本当は2週間に1回くらい行きたい
- ・ 今やってもらってる人が、ちょっと料金が高い
- ・ 日程の調整がしづらい

こんなニーズが出てくるわけです。

お名前：_____

あなた：

「へー、練山さんでも、
・本当は2週間に1回くらい行きたい
・今やってもらってる人が、
　　ちょっと料金が高い
・日程の調整がしづらい
こんなお悩みを抱えているんですね。
なんだか、悩みつつきないですね～」

練山（ねるやま）さん：

「そうなんですよ・・・」

あなた：

「そうしたら、練山さんは、
・2週間に1回くらい行けるようになる
・ちょっと料金がお値打ちになる
・日程の調整がしやすくなる

こんなことができたらいとお考えなんですね！

練山（ねるやま）さん：

「そうなんです！」

あなた：

「そうしたら、
・2週間に1回くらい行けるようになる
・ちょっと料金がお値打ちになる
・日程の調整がしやすくなる

そんな方法があったら、
喜んでいただけますか??？」

練山（ねるやま）さん：

「え～そんな方法あるんですか～！教えて下さい！」

Memo

お名前：_____

トークプランニング2.解決策を求めているかの確認

Q、相手に言ってほしいニーズは何ですか？

Memo

このステップをふまないと、相手の本音が分からないので、何も準備できません。

「ただ、待つだけ」

という、期待してしまう状態になってしまいます。

このステップをふむことで、「え～そんな方法あるんですか～教えて下さい！」

という状態になれます。

「・本当は2週間に1回くらい行きたい

・今やってもらってる人が、ちょっと料金が高い

・日程の調整がしづらい

こんなお悩みを抱えているんですね」

と、引き出したニーズを、そのまま本人に伝えて、確認するのです。そして、

「こんなことができたらいとお考えなんですね！」

と、そのニーズが満たされたら、嬉しいかどうかを確認します。

「解決できる方法があれば、喜んでいただけますか??？」

ニーズの解決策に、興味があるかどうかを確認するのです。すると、

「え～そんな方法あるんですか～！」

と、なるわけです。もし、

「でも今は、そういうことには、興味がないですね・・・」

と、言われてしまったら？話を換えればいいのです (^_^)

あなたのトークが悪いわけではなく、相手のタイミングではなかった。

ただ、それだけなのです。

興味がない人に、興味がない話をすると、嫌われます。

おなかが空いてない人に、おいしいものをすすめても、

「いらない」

と言われるのと同じです。

お名前：_____

あなた：「練山さん、
・本当は2週間に1回くらい行きたい
・今やってもらってる人が、
　　ちょっと料金が高い
・日程の調整がしづら
　　いってことが、一気に解決できたらいいと思いませんか？」

練山（ねるやま）さん：「それができたら、すごくいいです！」

あなた：
「そうしたら、解決策は、練山さんの、
ネイルの日持ちをよくすることなんです。
ネイルの日持ちがよくなったら、全部解決しちゃいませんか？」

練山（ねるやま）さん：「そうですね！」

あなた：
「どちらのメーカーのジェルをお使いか分かりますか？
プライマーは使用してますか？
水分・油分・雑菌除去(プレプライマー)は、していますかね？」

練山（ねるやま）さん：「ちょっと、分からないですね・・・」

あなた：
「そうですね！
練山さんは、おともだちにお願いしているとのことなので、
まあ、だいじょうぶかと思いますが・・・。
ジェルネイルは、施術する側も、受ける側も、
知識不足のままやってしまうと、グリーンネイル・アレルギーとかに、
なってしまう恐れもあるのです。
最悪の場合、一生ネイルができなくなってしまうこともあるので、
しっかりと基本的なことだけ、知っておくことをオススメしています。
見た目は同じ透明なジェルにも、クリアジェル、ベースジェルなど、

種類があるのにも理由があります。
道具や工程の、ひとつひとつに意味があるんですよ！」

練山（ねるやま）さん：「え～そうなんですか！」

あなた：「話を戻しますね。
・本当は2週間に1回くらい行きたい
・今やってもらってる人が、ちょっと料金が高い
・日程の調整がしづら
　　い
こういうお悩みは、ネイルの日持ちがよくなったら、
全部解決しちゃいますよね！」

練山（ねるやま）さん：「そうですね。」

あなた：
「そのためには、ジェルネイルについて、しっかりと基本的なことだけ、
知っておくことが一番の近道かと思います」
「ジェルネイルについて、しっかりと基本的なことを知るには、
2時間ほどの時間と、いつも払っている、
ネイルの料金くらいがあればだいじょうぶです。
まずご自身の状態をチェックして、その上で、ネイルの基礎知識を
教えてくれるところもありますよ」

練山（ねるやま）さん：「へえ～。知らなかったです！」

あなた：
「練山さん、とてもお忙しいと思いますが・・・。
ご自身のネイルの日持ちをよくするために、2時間ほどの時間と、
いつも払っている、ネイルの料金くらいを、投資してもいい！
そんなお考えはありますか??？」

練山（ねるやま）さん：
「そうですね！難しくなかったら、勉強してみたいです」

お名前：_____

トークプランニング3.解決策に投資できるかどうかの確認

商品・サービスを提供する・しないは置いておいて・・・。

業界のプロとして、相手の問題点を見つけ出し、伝えてあげるのです。

「どちらのメーカーのジェルをお使いか分かりますか？（中略）
道具や工程の、ひとつひとつに意味があるんですよ！」

と、伝え、相手の問題点を、解決する方法を伝えてあげるのです。
この時点で、あなたは、相手にとって、

「ネイルのことを教えてくれる先生」

のポジションを築くのです。そして、次です。

「話を戻しますね。（中略）
こういうお悩みは、ネイルの日持ちがよくなったら、全部解決しちゃいますよね！」
このように、いったん、まとめて整理してあげましょう。

最後に、

「ご自身のネイルの日持ちをよくするために、（中略）
投資してもいい！そんなお考えはありますか??？」

このように、「あなたにとって理想のお客となるか?」をヒアリングします。

あなたはどちらのタイプとおつきあいたいのでしょうか???

- ・割引目当てでお店に来てくれる人
- ・あなたの商品・サービスの価値を理解して、
適正な金額を支払って下さり、未永くおつきあいできる人

事前に、あなたがお客さんに、
クリアしてほしいと思っている条件を聞けばいいのです。

Q、専門家として、どんな専門知識を提供できますか？

Q、相手が実践できる、ワンポイントアドバイスはなんですか？

Q、あなたでなければ改善できないポイントは何ですか？

Q、あなたがお客さんにしたくない人はどんな人ですか？

Q、あなたの商品・サービスを試すために、クリアしなければならない条件は？

お名前：_____

あなた：

「ご自身のネイルの日持ちをよくするために、
2時間ほどの時間と、いつも払っている、
ネイルの料金くらいを、投資してもいい！
そんなお考えはありますか??？」

練山さん：

「そうですね、いつも払っている、
ネイルの料金くらいなら、投資できます！」

あなた：

「そうですか！だったら、
一度、うちのサロンにお越しく下さい。

練山さんの現状を、一度チェックできますよ」

練山さん

「ええっ、いいんですか？ぜひ、お願いします」

あなた：

「これもお縁ですから、構いませんよ！

ただ、ひとつだけ約束させてください」

練山さん：

「なんでしょう？」

あなた：

「私は、ひとりひとり、関わる方に、
健康的なネイルで、美しくなってほしい、
そう想って、サロンを運営してるんです。

だから、おつきあいとかで、

ムリにご来店してもらうこととかは、したくないんです。

うちのサロンにきていただいた時には、

練山さんに率直な感想を、聞かせていただきたんです。

この点だけお約束いただければ、おともだち特典がおつけできますが、
だいじょうぶでしょうか？」

練山さん

「わかりました！もちろん、だいじょうぶです！」

Memo

お名前：_____

トークプランニング4.自社製品とのお見合い

- 1.ニーズを引き出す
- 2.解決策を求めているかの確認
- 3.解決策に投資ができるかどうかの確認
- 4.自社製品とのお見合い

この4つのステップをふんでいけば、最後はカンタンなのです。
よかったら、くる？それだけです。

ここで、もしも、

「いえ、今回はけっこうです」

と、なるようだったら、ここまでのどこかのステップで
問題があったのでしょうか。

引っかかっているのに、
むりやり話を進めてしまっている可能性があります。

振り返ってチェックしてみてください。そして、

「来店してくれる」

ことが決まる。そこで、油断してはダメです。

「来店してくれる」

ことは、新たな紹介が生まれる始まりです。

この時点で、「体験談をもらうこと」
も、承諾してもらうのです(^_^)

先の先の先まで読んだ行動、を、していくわけですね。

そう、したたかに。

紹介戦争は、すでに始まっているのです！

Q、あなたが提案できるオファーは何ですか？

Q、あなたの理想の顧客かどうかを判断する基準は何ですか？

Q、本気度をはかるために、どんな質問をしますか？

Q、あらかじめ伝えておくべきことは何ですか？

Q、次につなげるためにその場で決めておくことは何ですか？

お名前：_____

トークプランニング2.解決策を求めているかの確認

Q、相手に言ってほしいニーズは何ですか？

税金に関して、相談できる先がないです。

税金を払いすぎているかもしれないです。

確定申告や、日々の記帳がめんどうです。

Memo

そうなんです。

税金に関して、相談できる先がない、税金を払いすぎているかもしれない、確定申告や、日々の記帳がめんどう、と感じていらっしゃるんですね。あなたも、悩んでいらっしゃるんですね！（そうなんです）

そうしたら、税金に関して相談ができる、税金を払いすぎることを心配、確定申告や日々の記帳を丸投げできる、ってかいたら、いいとお考えなんでしょうか？（そうですね！）

でしたら、税金に関して相談ができる、税金を払いすぎることを心配、確定申告や日々の記帳を丸投げできる方法があったら、喜んでいただけますか？（教えて下さい！）

このステップをふまないと、相手の本音が分からないので、何も準備できません。
「ただ、待つだけ」
という、期待してしまう状態になってしまいます。

このステップをふむことで、「え～そんな方法あるんですか～教えて下さい！」
という状態になれます。

- ・本当は2週間に1回くらい行きたい
- ・今やってもらってる人が、ちょっと料金が高い
- ・日程の調整がしづらい

こんなお悩みを抱えているんですね

と、引き出したニーズを、そのまま本人に伝えて、確認するのです。そして、

「こんなことができたらいとお考えなんですね！」
と、そのニーズが満たされたら、嬉しいかどうかを確認します。

「解決できる方法があれば、喜んでいただけますか??？」
ニーズの解決策に、興味があるかどうかを確認するのです。すると、

「え～そんな方法あるんですか～！」
と、なるわけです。もし、

「でも今は、そういうことには、興味がないですね・・・」

と、言われてしまったら？話を交えればいいのです(^_^)
あなたのトークが悪いわけではなく、相手のタイミングではなかった。
ただ、それだけなのです。

興味がない人に、興味がない話をすると、嫌われます。
おなかが空いてない人に、おいしいものをすすめても、

「いらない」
と言われるのと同じです。

3分で心を掴む絶対に断られないトークプランニング

お名前：_____

トークプランニング3.解決策に投資できるかどうかの確認

Q、専門家として、どんな専門知識を提供できますか？

青色申告と白色申告の違い

個人事業と法人の違い

税務調査が入った時の対応策

Q、相手が実践できる、ワンポイントアドバイスはなんですか？

青色申告・白色申告どちらを選んだほうがいいのかを判断するため、65万円の控除・家賃・電話料の経費処理・赤字の扱い・家族への給与を解説

Q、あなたでなければ改善できないポイントは何ですか？

税務調査が入った際に、税務署との交渉をサポートする。

Q、あなたがお客さんにしたくない人はどんな人ですか？

売上を上げることに本気で取り組むつもりがない
勉強するつもりがない

Q、あなたの商品・サービスを試すために、クリアしなければならない条件は？

1時間の個別相談を受けること 個別相談の際に、領収書・通帳の写し
過去の確定申告書を持参すること

商品・サービスを提供する・しないは置いておいて・・・。

業界のプロとして、相手の問題点を見つけ出し、伝えてあげるのです。

「どちらのメーカーのジェルをお使いか分かりますか？（中略）
道具や工程の、ひとつひとつに意味があるんですよ！」

と、伝え、相手の問題点を、解決する方法を教えるのです。
この時点で、あなたは、相手にとって、

「ネイルのことを教えてくれる先生」

のポジションを築くのです。そして、次です。

「話を戻しますね。（中略）
こういうお悩みは、ネイルの日持ちがよくなったら、全部解決しちゃいますよね！」
このように、いったん、まとめて整理してあげましょう。

最後に、

「ご自身のネイルの日持ちをよくするために、（中略）
投資してもいい！そんなお考えはありますか??」

このように、「あなたにとって理想のお客となるか？」をヒアリングします。

あなたはどちらのタイプとおつきあいたいのでしょうか???

- ・割引目当てでお店に来てくれる人
- ・あなたの商品・サービスの価値を理解して、適正な金額を支払って下さり、未永くおつきあいできる人

事前に、あなたがお客さんに、
クリアしてほしいと思っている条件を聞けばいいのです。

3分で心を掴む絶対に断られないトークプランニング

お名前：_____

トークプランニング4. 自社製品とのお見合い

- 1. ニーズを引き出す
- 2. 解決策を求めているかの確認
- 3. 解決策に投資ができるかどうかの確認
- 4. 自社製品とのお見合い

この4つのステップをふんでいけば、最後はカンタンなのです。
よかったら、くる？それだけです。

ここで、もしも、

「いえ、今回はけっこうです」

と、なるようだったら、ここまでのどこかのステップで
問題があったのでしょうか。

引っかかっているのに、
むりやり話を進めてしまっている可能性があります。

振り返ってチェックしてみてください。そして、

「来店してくれる」

ことが決まる。そこで、油断してはダメです。

「来店してくれる」

ことは、新たな紹介が生まれる始まりです。

この時点で、「体験談をもらうこと」
も、承諾してもらうのです(^_^)

先の先の先まで読んだ行動、を、していくわけですね。
そう、したたかに。
紹介戦争は、すでに始まっているのです！

Q、あなたが提案できるオファーは何ですか？

青色申告・白色申告のどちらを選ぶか、1時間の個別相談で
4つのポイントからアドバイスします。

税務調査が入った際に、税務署との交渉をサポートします。

Q、あなたの理想の顧客かどうかを判断する基準は何ですか？

売上を上げることに本気かどうか？

勉強をし、自分と会社を成長させていくつもりがあるか？

Q、本気度をはかるために、どんな質問をしますか？

売上を上げることに本気ですか？
勉強をして、自分と会社を成長させていくつもりはありますか？

Q、あらかじめ伝えておくべきことは何ですか？

・ 個別相談は、1時間であること。領収書・通帳コピー・確定申告書を持参すること
・ 個別相談を受けても、契約は自由であること

Q、次につなげるためにその場で決めておくことは何ですか？

・ 個別相談の感想をもらうこと
・ 個別相談時の様子を2ショット写真撮影すること