

# コーチングの契約に つながる 体験コーチングのやり方

体験コーチングからの契約率を上げる

# 今日のセミナーでは・・・

今日は「体験コーチング」についてお話します。

多くのコーチがやっているように、コーチングは一度体験してもらってその上で契約、という流れが一般的です。

皆さんコーチングの技術は標準以上にあると思いますが、契約していただくための体験コーチングにおいては純粋なコーチングの技術以外に必要なものがあります。

今回は、営業的な視点を交えた体験コーチングについて皆さんで考えてみたいと思います。

# クライアント獲得の流れを復習

1. 信頼関係の構築
2. ニーズの確認
3. プレゼンテーション
4. クロージング

体験コーチングは、3. プレゼンテーション に相当します。  
コーチングが相手にとって有効であることを伝えるのが  
体験コーチングの目的です。

## もう少し具体的に・・・

1. コンタクト → 見込客と知り合う、つながる
2. 関係づくり → 信頼関係を作り、ニーズを話してもらおう
3. 体験コーチング → 品質を確認し、契約したくさせる
4. クロージング → 契約するかどうか、意思を確認する

基本の流れと同じです。コーチングの場合に限定すると、少し言葉が変わります。

また、通常の商談でいうプレゼンより、コーチングは体感してもらおうほうがわかりやすいので、あまりプレゼンをすることはないと書いていいでしょう。

# 体験コーチングの2つのポイント

体験コーチングは「試食」

- ☑ 試食なので、美味しくなければ買わない  
当然のことですが、コーチングを受けて気に入らなければ契約につながることはありません。  
なので、「よかった」と感じられるコーチングをします。
- ☑ 試食なので、お腹いっぱいになったら買わない  
多くの人が間違えるのが、この1回で満足させてしまうこと。  
「もう大丈夫」になると、これ以上必要ないので  
「また困ったら相談します」になります。

## 相反する2つのポイント

クライアントの課題を解決できないと、品質がいいと思えない

クライアントの課題を解決してしまうと、必要なくなってしまう

この矛盾を解決しなければならない

# 相反する2つのポイント

矛盾を解決する、体験コーチングの方法

- ☑ 悩みは、基本的に解決すべし
- ☑ さらに、その先を見つけて実感させるべし

クライアントは、「悩み」「課題」「問題」を持ってきます。  
意識が「問題」に向いているのです。

コーチまでが同じ「問題」を意識しては、契約は難しい。  
コーチは「問題が解決したその先」を意識してコーチングし、  
「その先」をクライアントに示す必要があります。

## 「その先」を示すコーチング

クライアント「〇〇で悩んでいるんです」

×コーチ「では、〇〇を解決しましょう」

○コーチ「解決した後、何を実現したいですか？」

○コーチ「その悩みがなかったら、1年後にどうなりたいですか？」

○コーチ「ところで、あなたの夢はなんですか？」

○コーチ「この問題は複雑なので、1回で全部を扱うのは難しいです。  
今日は△△について扱しましょう」



## 体験コーチングをするときの心構え

- ☑ 「このコーチは圧倒的に信頼できる」と思ってもらうこと。  
コーチングは人生を預かる契約なので、共に人生の重要な時間を進んでいきたいと思ってもらえないと、契約にはならない。
- ☑ コーチが「必ず契約する」と思っていること。  
体験コーチングは営業です。営業の意図を持って、目的意識を持ちながらコーチングします。意識していないと忘れがちです。
- ☑ クライアントの予算は気にしないこと。  
多くの社会人にとって、月1～2万円は十分予算内です。契約が経済的負担になるのではないかと心配する必要はありません。
- ☑ お願い営業はしない。  
契約は、双方がHappyになるもの。へりくだってはいけません。

## 体験コーチングをするときの心構え

☑成約率は100%にはなりません。

20～30%くらいと思って、気負わずにやりましょう。そのほうが結果的に決まります。

☑断りやすくしてあげる。

実は「断る」のもストレスになります。「必要なければ、遠慮なく言ってくださいね」と、断るオプションを提示しましょう。

☑決断の先延ばしはさせない

「検討します」「考えます」という人がいますが、そういう人は決めたくないだけで、先に伸ばしても考えません。

その場で気持ちを決めてもらいましょう。

## 体験後のクロージング

クロージングとは、「意志の確認」です。

「契約書にサインさせること」ではありません。

意思を確認する際に、用意しておくとやりやすいのが、  
**概要をまとめた資料と、申込書**です。

紙に書いてまとめておけば、渡すだけでクロージングできます。

営業トークを覚えて毎回話す必要がないので、簡単です。

(コーチの場合、コーチングの時点でプレゼンが済んでいますので、  
必要以上に話す必要はありません)

## 概要資料・申込書の内容

セールスレターのような、コテコテのメリット訴求等は不要。  
コーチングを体感した後で渡すので、相手は良さをわかっています。

資料に書くのは、

時間と回数（1回あたり〇〇分、月〇回）

対面or電話（Skype、LINE、ZOOM・・・）

対面なら実施場所（ラウンジ、カフェ、会議室・・・）

料金（月額〇〇円 × 〇ヶ月、〇ヶ月〇〇万円・・・）

支払いルール（Paypal、振込、いつまでに決済するか・・・）

契約できない人の条件（〇〇な人は受けないでください）

## サイレント・クロージング

クロージングの際、自信がないと、

「分割払いもできますので」「この値段は〇〇で・・・」  
などと、聞かれてもいないのにあれこれ言う人がいますが、  
これは逆効果です。

資料を渡したら、相手が何か言うまで黙って待っていきましょう。

沈黙は慣れないと気まずいですが、これは必要な沈黙です。

相手は沈黙しながら、自分の中で考えています。

「この料金で支払えるかな」「契約して大丈夫かな」

「家族に何て言おうかな」などなど。

この思考を邪魔してはいけません。

## サイレント・クロージング

クロージングの際、自信がないと、

「分割払いもできますので」「この値段は〇〇で・・・」  
などと、聞かれてもいないのにあれこれ言う人がいますが、  
これは逆効果です。

資料を渡したら、相手が何か言うまで黙って待っていきましょう。

沈黙は慣れないと気まずいですが、これは必要な沈黙です。

相手は沈黙しながら、自分の中で考えています。

「この料金で支払えるかな」「契約して大丈夫かな」

「家族に何て言おうかな」などなど。

この思考を邪魔してはいけません。

## まとめ

コーチングは、クライアントの「望む未来を実現する」ことをサポートするものであり、「問題を解決する」のはその過程の一つです。

「問題に目を向けるのではなく、解決策やゴールに目を向ける」という、コーチングの大原則を体験してもらうことで、コーチの存在意義を感情的に体感してもらうことが、一番重要なポイントになります。

また、コーチは「自分自身が商品」となる典型的なサービスです。

「あなたにお願いしたい」と言われるためには、最終的には生き様や在り方、考え方、姿勢などの要素が最も重要です。

コーチとしては当然のことですが、常に自己研鑽を重ね、選んでいただけるコーチとして成長を続けてまいりましょう。