

# クライアントを 獲得するための個別戦術

ここまでの原則を踏まえて、もっと具体的に話しましょう。

# 今日のセミナーでは・・・

今日のテーマは「個別戦術」です。

基本的な考え方や、抽象度の高いレベルでの戦略などは一通りお伝えしたかな、と思っています。

さまざまなテーマで話すことはできますが、今までの内容を別の角度から説明することになります。

そこで、ここまでで身につけていただいた原理原則を踏まえてもう少し具体的な方法論についてお話ししようと思います。

具体的にどんな言葉を選んでどう話せばいいのか、どんな質問をすれば相手のニーズがわかるのか、といった、実践的なお話をしていきます。

# 名刺交換のときの、具体的なトークの話し方

基本的に、名刺交換でするのは「相手の話」。

交換相手に、その人のことを話してもらう。

- ・相手の名刺をもらったら、すぐに相手の名前を呼ぶ。  
「〇〇さん、よろしくお願ひします」
- ・相手の仕事に関する質問をする。  
→内容を知っていれば、「〇〇のお仕事ですよね？」  
→知らなければ、「具体的にはどんなお仕事なんですか？」

仕事の詳細を聞いてみる

→弁護士に「どんな分野が専門なんですか？」

# 名刺交換のときの、具体的なトークの話し方

- ・ほめるポイントを見つける
  - 「この名刺のデザイン、いいですね」
  - 「この写真の表情、かっこいいですね」
  - 「〇〇のお仕事は、重要なお仕事ですよ」
- ・自分との共通点を見つける
  - 「会社は吉祥寺なんですか？ 私、前住んでいたんです」
  - 「〇〇生命にお勤めなんですか？ 友人もそこの営業なんですよ」

# 名刺交換のときの、具体的なトークの話し方

- ・リアクションに気をつける  
声のトーンを少し上げる  
前のめり気味にして、興味のある様子を見せる  
基本的にポジティブに返す  
→「すごいですね」「いいですね」「素晴らしい！」  
→相手が自分をネガティブに言ったときは、  
「何をおっしゃいますか」「そんなことはないでしょう？」
- ・名刺は大切に扱う  
話が終わるまで名刺入れの上に置く  
基本的に両手で扱う

# イベントをするときの、会場の選び方

## お茶会の場合

### 目的

開催者も参加者も、気軽に参加して交流する  
接触頻度を増やし、仲良くなる  
フランクな場で、見込客の悩みや価値観を知る

### 予算

参加者の予算に合わせる。

カフェなら1000円もあれば十分？

「各自の飲食代」とすれば、大体の予算感でOK

# イベントをするときの、会場の選び方

## お茶会の場合

### 時間

開催する時間の前後15分程度を確保して予約する。  
何かワーク等をするなら、30分前から準備できるように

### 会場の静かさ

会話が重要なので、個室を確保するか、  
オープンな場所なら適度に周りに音がある程度  
会話がしにくいほど騒がしいところは避ける

# イベントをするときの、会場の選び方

## 勉強会・読書会の場合

### 目的

勉強や読書が好きな人を集める

一緒に学ぶことで、共通の体験をする

意見交換をしながら、見込客の考え方や課題をリサーチする

### 予算

一人1000～5000円程度

客単価が安いので、公民館等でOK。2～3時間で数千円。

一人でも参加者がいればペイできるように

# イベントをするときの、会場の選び方

## 勉強会・読書会の場合

### 時間

勉強会は2時間程度で。

会場設営のために前後30分は確保する。

### 会場の静かさ

基本的には個室。騒がしいところは避ける。

インストゥルメンタルのBGMならかかっているだけでも良い。

# イベントをするときの、会場の選び方

## セミナーの場合

### 目的

具体的な課題や欲求を持った人を集める

先生としてのポジションを持つ

自分の実力を体験して試してもらう

### 予算

一人3000～10000円程度

最初のうちは無料～数千円で。

客単価5000円までは公民館でOK。

10000円を超えたら、貸し会議室等が良い

1～2名来たらペイできるように

# イベントをするときの、会場の選び方

## セミナーの場合

### 時間

フロントエンドの場合、2時間程度で。  
会場設営のために前後30分は確保する。  
できれば、60分前から確保したほうが良い。  
特に公民館等の公共系は、終了時間が厳しいので注意すること。

### 設備

金額に応じて、設備のグレードにも注意する。  
→きれいな机・椅子のほうが満足度が上がる  
PCやカメラを使う場合は、電源にも注意  
音楽を使う場合、つかっていいか確認する。

# イベントをするときの、会場の選び方

## 共通

### 広さ

人数に合っていること。

狭すぎるのはもちろん、広すぎてもNG。

### アクセス

駅から遠くない会場

目印等があって、初めての人でもわかりやすい

### 明るさ

明確な意図がない限り、基本的に明るいところ

# セミナーのタイトルの作り方

セミナーに限らず、タイトルで集客が大きく変わる。  
とにかくタイトルを工夫すること。  
内容は後からどうにでもできる。

## 1. 対象者を決める

主に来てほしい人は誰か？

## 2. 対象者の関心事を想定する

5 F-SKNのフレームを活用する

## 3. 興味を引くキーワードを決める

対象者が知っていて、いつも考えている単語

## 4. キーワードを使って、「問題を解決する方法」をタイトルにする

# セミナーのタイトルの作り方

1. 対象者を決める  
中小企業経営者
2. 対象者の関心事を想定する  
人手不足、後継ぎがない、資金繰りが大変・・・
3. 興味を引くキーワードを決める  
求人広告
4. キーワードを使って、「問題を解決する方法」をタイトルにする  
「いい人材が殺到する求人広告の作り方」

## 体験コーチングをどう勧めればいいのか

基本は、相手のニーズが出てきたときに勧める。

「やってみませんか？」で十分だが、今日はもう少し具体的に。

★基本的に、信頼関係ができていること

初対面の警戒した感じではなく、お互いのことを知っている

相手はこちらの仕事についてだいたい知っている

お互いに、自分の課題などを話せる関係性

## 体験コーチングをどう勧めればいいのか

- ・ 不利な条件先出しトーク  
 相手に「問題がないですよね？」と話を振り、  
 「いえいえ、そんなことはないんです」という答えを引き出す  
 「〇〇さんは人間関係で悩むことなんてなさそうですね」  
 「いえいえ、そんなことはないですよ」  
 「えっ、そうなんですか？」  
 「なかなか周りの人と本音で話せないんですよね～」
- ・ 少しだけ立ち入る質問  
 本気でコーチングするわけではないが、影響を与える質問  
 「本音で話せないのって、何か原因があるんですか？」  
 「もし本音で話せたら、どんな感じになるんですかね？」

# 体験コーチングをどう勧めればいいのか

- ・ コーチングの提案

あくまで「相手のため」というスタンスでお勧めする。

「〇〇さん、この問題、解決しましょうよ。

一度、ちゃんとコーチングしてみませんか？

〇〇さんなら無料で1回だけ、やりますよ」

「〇〇さん、今度ちゃんと時間を取ってお話聞きましょうか？」

# 体験コーチングをどう勧めればいいのか

- ・ コーチングの提案

有料の場合は、ちょっと難易度高め。

相手から「この人に頼んだら高そうだ」と思われている必要がある。

「〇〇さん、一度ちゃんとコーチングしてみませんか？」

「うーん、いくらくらいするんですか？」

「〇〇さんなら、モニターってことで、\*\*\*\*円でもいいですよ」

「一応、初回は\*\*\*\*円でやってますよ」