

☆ 知って得する情報(第 10 回)

～ お客様を夢中にさせる感動接客術② ～

: 男性と女性の購買心理の違い

・男女別、購買心理の違い 男性と女性とでは、物の見方・考え方に大きな違いがあります。これは、脳の仕組みに違いがあるためと言われています。購買においてもこれが影響します。お客様の心に響く接客をするには、男性と女性とでアプローチの方法を変えることが大切なのです。男性が重視するのは、機能や作りです。例えば、カメラであれば「良い写真が撮れるか」といった目的に合うことが重要事項です。「光化学ズーム5倍」など、具体的な数字を好むのも男性です。これに対し女性は、イメージを大切にします。「赤ちゃんの肌が、桃のようにふんわり写る」というように、感覚でイメージしやすく、カメラを手にした後のワクワクする感情をかき立てるような言葉が効果的です。

* 男性が重視するもの 機能・スペック 数字・実績 目的を果たせるか

* 女性が重視するもの 感情・感覚 購入後のイメージ ワクワク感があるか

・女性は五感にうつつえる { 視覚・聴覚・味覚・臭覚・触覚 }

感覚派である女性のお客様には、商品の特徴を五感で体感していただくのが効果的です。例えば、化粧水であれば、手に取ってみてもらおう(視覚)、香りをかいてもらおう(嗅覚)、実際につけてもらう(触覚)ということです。口頭だけで5分間、対話しながら商品の説明をするよりも、30秒の施術をもって、五感で体感してもらおう方が、ずっとその商品の良さが伝わるのです。聴覚へのアプローチとして「スルツとなじむ」「ツルツルの肌になる」というような擬音語を入れるのも良いですね。

飲食店、食品の販売では、味覚が主役です。試食してもらおうのが一番具体的な方法ですが、全てにおいてそれができるとも限りませんので、味覚を刺激するような表現を考えると良いでしょう。

「とけるように柔らかいお肉」「みずみずしい爽やかな甘みのリンゴ」など、イメージを描きやすい表現が有効です。化粧品のように、体感・体験ができる商品の場合、なるべくお客様自身の肌でそれを味わってもらおうようにしましょう。「よろしければ、おつけになりませんか？」と声かけをし、優しくお客様の肌に触れながら会話をすれば、よりお客様のニーズを引き出すこともできます。

ただし、「買わされるのではないか」と不安を抱くお客様もいますので「ご紹介だけさせていただければと思いますので」「30秒ほどで終わります」「リラックスできる香なので、ぜひかいてみてください」などお客様の不安を取り除く言葉をかけてから、紹介するようにしましょう。

五感で感じてもらい、納得の上でご購入となるのが最も望ましい販売方法なのです。

: 男性が好むキーワード、女性が好むキーワード

POP や広告につかうキャッチコピーも、男女別のアプローチを意識してください。

原始時代、狩猟を生きる糧にしていた男性には、「獲得」「勝利」「強さ」をイメージさせるキーワードが効果的です。これに対し、食料の分かち合いや子育てなど、共存のDNAを受け継いだ女性には、「愛される」「幸せ」「育み」等をイメージさせる言葉が響くのです。

・男性が好むキーワード

最強 最高 最先端 トップ ナンバーワン 徹底 実力 強力 勝負 徹底的に どこまでも〇〇

・女性が好むキーワード

モテ 愛される 恋する ご褒美 癒しのお姫様 とろける うっとり 〇〇になる△△

木曾岬町商工会 石崎