

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	030	配信日	2021/7/24	ジャンル	集客
テーマ	架電での集客アップ				

本日は【架電での集客アップ】についてのお話です。

来店が少ない。お客様が来ない。

店舗に来店がなく待機している時間を皆さんはどう使っていますか。

掃除をする。架電をする。DMを書く。チラシ・ティッシュ配りをする。事務処理をする。
などなど色々やることがあると思います。

今日はその中でも注力して頂きたい【架電】についてお話をさせていただきます。

架電とは、過去に成立したお客様にお電話で来店を促しアポを取るというものです。

しかし、過去に成立したお客様にお電話するということに抵抗がある方もいらっしゃるかと思います。

- ・安く買っているので電話して何か言われたらどうしよう。
- ・自宅の番号に電話をしたら他のご家族の方が電話に出たらどうしよう。
- ・冷たくあしらわれて嫌な思いをしたくない。
- ・営業の電話をする事でしつこいと思われ近所の評判が悪くなってしまったらどうしよう。

上記のような事以外にも架電集客に対してネガティブな印象を持っている方は少なくないと思います。

直営にもそう思っているスタッフがいると思います。

なのになぜ直営はここまで架電集客に力を入れているのか。

それは

利益の追求です。

直営店舗では1時間毎にアポ取得の進捗をマネージャーに報告させています。

DMを書くのは17時以降と定めてもいます。(営業中は当日、翌日アポの取得最優先の為)

店舗にいるスタッフが行える集客方法はそう数多くはありません。

接客からの再アポや紹介・ティッシュ配り・DM・グーグル口コミ・架電 etc

ただ待っているのでは来店は増えてきません。

個人で出来る可能な限りの集客を架電で行うのも一つの集客アップの手段です。

架電や店舗への電話問い合わせを出張アポに持っていくのも良いと思います。

コロナ渦で外出を控えてらっしゃる方も多いと思いますし、これからの真夏の時期は家から出たくないという方もいらっしゃるはずです。

おたからやのサービスとして無料出張査定をお客様にお勧めするというのも良い手だと思います。

直営店では各店一日二件のアポ獲得（当日もしくは翌日のアポのみカウント）を最低ラインとして日々の業務にあたらせています。

その成果により今ではアポからの粗利が店舗の月間総粗利額の半分弱を占めるレベルまで到達しました。

別紙にて架電アポのポイントを纏めましたので、ご参考になさってください。

架電ポイント

基本的なトークの流れをお伝えします。

トークの流れを戦略的にこなしていくことが重要なポイントです。

トークの流れ

- 1、話を聞く態勢にさせる
- 2、コミュニケーション
- 3、クロージング
- 4、引き出し
- 5、アポイントの確認

以上です。

この流れをやる意味合いを理解して架電をするようにお願いします。

1、話を聞く態勢にさせる

まず冒頭でお話ししたように基本的に知らない番号からかかってきた場合ほとんどの人が警戒心を持つと思います。そして始めのトークの内容で興味がない、自分に関係がないと判断した場合たいいていの人は話を聞く態勢になりません。

そこで架電のスタートは自分に関係のある話、興味関心がある話と思わせ、話を聞く態勢にさせることが重要です。

2、コミュニケーション

相手が聞く態勢になった後は仲良くなりましょう。

なぜなら聞く態勢にさせても要件が分かってしまうと安心して興味がなくなってしまうからです。興味がなくなつてからいくらキャンペーンの話をしてもしつこくお客さんは少ないはずです。

そこで印象を付けるために仲良くなることが重要です。仲良くなるには過去の接客時の内容を話して盛り上がるのが一番効率良いと思います。

ただ店舗によっては会話内容まで記録していなかったり、対応したのが他のスタッフ

で分からないという人もいますはずです。

そんな時お客さんとの共通項で話すことがお勧めです。すぐ思いつくところでいうと前回対応したスタッフについての話などはしやすいかと思います。

3、クロージング

コミュニケーションがしっかりとれたお客さんはこういうキャンペーンやっているから何かないですか？と聞いただけでも真剣に考えてくれると思いますが、全員が全員に完璧にコミュニケーションが取れることはないのです。そういった方に関してはここでいかにお得なのかと思わせられるかが重要です。

これに関しては普段店舗でおこなっている再アポと同じなので期間限定や今売るべき理由をしっかりと伝えてください。

マニュアル

実は今回お電話させていただいたのは、以前お世話になっているお客様限定のキャンペーンのお知らせでして、現在〇〇といったキャンペーンをやっているのですがそれと併用できるキャンペーンで〇〇といったキャンペーンをやらせていただいております。

お客様には一円でも多くお支払いしたいのでこの機にぜひご来店いただきたいと思ひましてご連絡いたしました。

今のキャンペーンが〇〇が対象なので特にお得にキャンペーンをご利用いただけるのですが、ご自宅でご検討いただければそうなお品物はどんなものが思い浮かびますか？

原則として当日優先。ダメだったら翌日という気持ちでクロージング。

二者択一話法を使って少しずつ日付を絞ってアポを取りましょう。

マニュアル

「せっかくいただいたご縁なので次回も私が責任をもってご対応させていただきたいのですが、私も多くの店舗の責任者の都合上常時こちらに入れないのでお客様が本日ご予約いただければスケジュールを変更させて私が対応させていただきたいのですがいかがでしょうか？」

こんなトークも有効でした。ただコミュニケーション取れてないとあなたじゃなくてもいいからまた今度来るよと悲しい結末になるので注意してください。

4、引き出し

クロージングが済んだらほかの商品を引き出せるように取扱品目を説明し一つでも多く持ってきていただくようお願いしてください。

三点以上のご成約で 30%アップなどの話で複数点の持ち込みを勧めましょう。

5、アポイントの確認

前日にアポの確認を必ずしてください。行き違いで担当者がいない等で無駄に不信感を与えるのは非常にもったいないです。

また、前日確認で追加の引き出しも忘れずにしていきましょう。

以上、ポイントを理解し効率の良い架電をお願いします。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	031	配信日	2021/7/25	ジャンル	商品知識
テーマ	オリンピック金メダルは何金？				

東京オリンピックがスタートしました。色々となりましたが、始まったからには応援するしかないですね。

個人的には陸上の男子100mを楽しみにしています(*^_^*)

そこで本日の情報共有メールはオリンピックに関する小ネタ

「オリンピック金メダルは何金？」です。

買取に大きく使えるという訳ではないですが、お客様とのコミュニケーションの小ネタとして使っていただければと思います。

さて問題です。「金メダルは何金なの？」

- ① 純金
- ② K18
- ③ メッキ

オリンピック選手が表彰台でメダルを噛む、かじるシーンがあります。

もしメダルが純金だった場合、ご存じの通り金は柔らかいので、歯形がついてしまうかもしれません。

以前 とある選手が「噛んで！」というカメラマンのリクエストに対して「歯型がつく」と断ったというエピソードがあるそうですが・・・安心してください。メダルは純金ではありません。

ちなみに純金の金貨や純金リングなど簡単に曲がってしまうので取扱いに気をつけましょう♪

次に純金でないのであれば、何金なの？という点ですが、

規定では「純度 92.5%以上の銀製メダルの表面に 6g 以上の金メッキしたもの」と定められていて、

金メダルは金メッキメダルということになります。

ただ、現在では開催国の経済状況などに配慮され上記の規定は削除されています。
とはいえ、基本は「金メダル＝金メッキメダル」と考えていいと思います。

過去の規定どおりなら、6 g 以上の金を使っているのでも、グラム約7000円で計算して
金メダルは約42,000 円の金価格はあると考えられます。
割金のSV925 に、競技や選手によっての価値は大きく加算されると思います。

金メダル＝（純金 約42,000 円以上）＋（SV925×重量）＋ 価値 ということです。

今回は「オリンピックのメダル」で話をさせていただきましたが、接客の中で
オリンピックの話題から、金メダルの話・・・お客様で過去に「記念メダルとか持っていないか」などと
話を膨らませて、次のアポにつなげるのも良いかと思います。

単に「メダルないですか」ではなく、こうした小ネタ（知識）をはさんだり、
「もしかしたら金が含まれているかも。思わぬ値段になるかも」と興味付けすることが大切です。

また接客の中で、なかなかお客様が話をしてくれない・・・そんな時は、相手が「へー」と興味を持つような
話をすること。用意しておくと思います。そのひとつに今回の小ネタをストックしておいていただければ
と思います。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	032	配信日	2021/8/1	ジャンル	交渉
テーマ	今うるメリット				

今回は「**今売るメリット**」をどう伝えるかです。

ご経験にあるとは思いますが、ご来店になるお客様全てが売る気マンマンで来ているとは限りません。中には「査定だけ」、「売るかどうかわ迷っている」、「値段を聞いてから決める」という方もいらっしゃいます。そのような方から買うために「今売るメリット」を伝えて成約へ結び付ける訳ですが、どのような案内、フレーズが効果的なのかを考えていきたいと思っています。

・キャンペーンの有効利用

「**来週から予定しているキャンペーンを前倒しします**」 「**本来は貴金属は対象外ですが特別に適用します**」
一番使いやすい案内方法だと思いますが、上記のように更なる特別感を演出してみてください。

・在庫がなくなった

「**ちょうど今朝、本部からこちらのお品物の在庫が足りないので買取強化して欲しい旨の連絡があったところなんです。**」

良いタイミングで持って来られたということのアピールです。

・店長なので。店長がいないので。

「**普段は店頭に出る事が少ないのですが私の店長権限で最大限の価格をお出ししています。**」

「**本日は店長がいないので私が内緒でお値段をうまく調整させていただきます。**」

私が接客してる事がラッキーだと伝えることになります。

・六曜を使う

「**本日は（大安、友引）ですので手放される良いタイミングだと思いますよ。**」

比較的高齢のお客様には意外と効果のある方法です。

仏滅はわざわざ伝える必要は当然ありませんが、先勝なら午前中の商談で使う事も可能です。

上記は私が実際に使っていた一例ですが、今売るメリットを伝える時には「なぜ今なのか」を具体的にわかりやすく伝えることが大切です。

ご自分の会話の引き出しの中にいくつかフレーズを用意しておくとおスムーズに対応できるかと思っています。

何事も事前の準備が大切です。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.		配信日		ジャンル	
テーマ					

プラチナサポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	034	配信日	2021/8/4	ジャンル	集客
テーマ	折込チラシ・HP の地図について				

【折込みチラシ・HP の地図について】

今現在掲載されている地図は一目見て店舗の場所がすぐ分かるようになっていきますでしょうか。
コロナの影響で無くなってしまっている飲食店やコンビニ等が載ったままになっていませんか。

買取店を普段から使っているような方でなければ、日常生活の中で買取店はおお客様の目になかなか留まりません。

「こんなところにおたからやさんがあったの知らなかった」

なんてよく聞いたりすると思います。

お客様がいざなにか売ろうと思った時にお客様に選ばれるお店作りをしなければなりません。

その集客のツールとして使われるチラシやホームページの地図が分かりづらいものであると選ばれる確率を下げてしまいます。

土地勘が無い人が見ても分かりやすい地図になっているか

大きなショッピングモールの中に入っている店舗はショッピングモールのどの辺りにあるか分かるようになっているかも今一度確認をお願いします。

来店数の多い直営店舗の地図を添付致しますのでご参考になさってください。

地図の修正が必要なようでしたらプラチナ SV までご相談下さい。

他店との比較に勝つ店づくりをしていきましょう。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.		配信日		ジャンル	
テーマ					

プラチナサポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	036	配信日	2021/8/12	ジャンル	商品知識
テーマ	ルイ・ヴィトン				

本日はちょっとした小ネタをお話しさせていただきます。

持ち込みの多い「LOUIS VUITTON」

皆さん、このルイ・ヴィトンという名前。

どういった由来からルイ・ヴィトンというブランド名になっているかご存知ですか？

実は、ルイ・ヴィトンというのは**人の名前**で

フランスのスーツケース職人のルイ・ヴィトンという人物が創始したブランドなんです。

実際にヴィトンが評価され始めたのはルイ・ヴィトンが亡くなった後になるそうです。

ヴィトンの歴史に興味がある方は是非調べてみて下さい。

そしてこのルイ・ヴィトンの誕生日が1821年の**8月4日**。

今年は創業者ルイ・ヴィトンの生誕 200 年となる**アニバーサリーイヤー**です。

こんなお話をお客様にするときっと「へ～」という反応が返ってくると思いますが、、

「8月はヴィトンの誕生月で、なおかつ 200 周年という事で高価買取が可能なんです！」

こんなトークを使ってみると良いかもしれません。

売る動機付けの一つにもなりますよね。

ちょっとした知識が成約に繋がることもありますので、皆様も普段見かけるようなハイブランドの歴史を是非調べてみて下さい！

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	037	配信日	2021/8/15	ジャンル	査定
テーマ	査定のポイント				

査定のポイントについてまとめております。

真贋査定結果をスムーズに行うためにも写真の撮影がポイントになります。

ご依頼を頂く際の写真の撮り方、ポイントの資料を添付いたしますのでご確認ください。

特に写真のピントが合っていない写真が多く見受けられます。

正確な真贋、状態の判断が難しく査定時間、査定価格にも影響してきますので、お時間ある時に練習してみてください

①正面



②背面



③底面



④四つ角 角スレ



⑤バッグ内側



⑥エルメス刻印 本体レザー部分



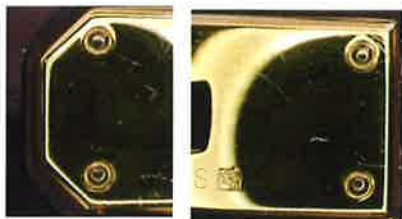
⑦クロア 全体



⑧クロア 裏側



⑨クロア表ビス



⑩クロア裏ビス



⑬クロア表金具刻印



⑭クロア金具ホールマーク



⑬クロア肉抜き内側



⑭U字金具内側面取り部分(バーキン)



⑮回転ネジ輪内側部分



⑯ストラップ輪内側部分と刻印(ケリー)



⑰製造刻印



⑱製造刻印年式新しい



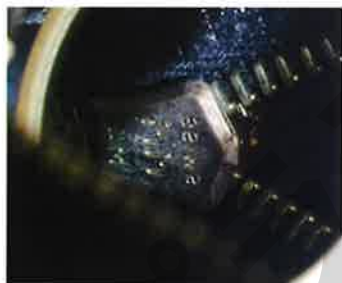
⑲内ポケファスナーエンド金具



⑳底紙立ち上がり



㉑ファスナー裏



㉒内ポケファスナープル



㉓カデナ底



㉔クローシュ



①付属品併せて全体図



②時計だけの全体図



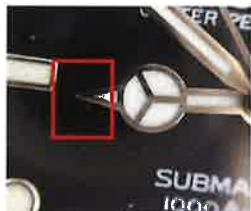
③ロゴ



④モデル名



⑤長針短針秒針針先



⑥針軸



⑦デイト窓



⑧裏蓋



⑩リュース



⑩マイナスネジ



⑪中板ロゴ



⑫クラスプコード



⑬バックル王冠金具側面



⑭ ⑬の裏



⑮ROLEXSA



⑯バックル受け手



⑰バックル肉抜き内側新



⑱12時側ref



⑲6時側シリアル

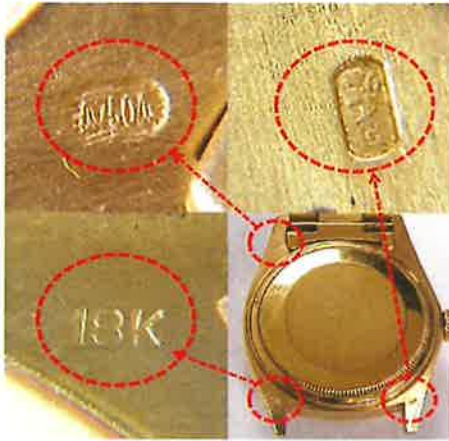


⑳ルーレット刻印→



無垢時計の場合

②①ラグホールマーク



②②バックルホールマーク



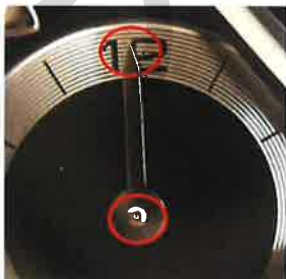
②③ダレがわかる写真



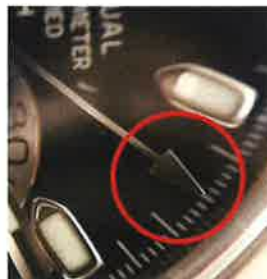
②④バックル肉抜き内側旧



②⑤クロノグラフ インダイヤル



②⑥クロノ針針先



人々を助ける

#NAME?

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.		配信日		ジャンル	
テーマ					

プラチナサポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	039	配信日	2021/8/20	ジャンル	商品知識
テーマ	ゴローズの買取				

注意喚起です。

ここ最近「ゴローズ」の基準外を持ち込む男性二人組が回っています。
この二人組に限らず、おたからやでは「ゴローズ」は「買取不可」となっています。

そもそもの販売証明がないため、おたからや以外でも買取は難しい品物です。

特にこの2人組は買取れない事に文句を言うてくるため、
何を言われても毅然とした態度で対応ください
他では〇〇円で査定された→「当店では基準外のため買取れません」
どこが基準外なのか→「基準は社内機密のため口外はできません」
そんなすぐに判断できるのか→「できます」



この二人組に限らず、おたからやでは「ゴローズ」は「買取不可」となっています。

ご注意ください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	040	配信日	2021/8/24	ジャンル	商品知識
テーマ	ルイ・ヴィトンの機番				

さて本日は「**ルイ・ヴィトンの機番（シリアルナンバー）**」についてです。

本部査定では、真贋保証をするために機番が必要となってきます。

写真を撮影している際に、「どうしても機番が見つからない」などありましたら
プラチナサポートに相談していただいても大丈夫です！

改めてですが、ルイ・ヴィトンの機番は見つけにくい場所にあります。

例えばエピのネヴァーフルでしたら、外側のハンドル付け根です。



こちらの刻印は「UB3149」ですので、19年34週製造のモデルとなります。

さて問題です。以下の刻印は、何年製造モデルでしょうか？

「MB1010」

「MB1111」

「MB6101」

また**機番はお客様との交渉時にも有効なポイント**です。

① 商品知識のアピール

「こちらは 2000 年に作られていたモデルですので・・・」

この一言だけでも知らないお客様からすれば、へえーと思わせることができます。

② 年代による比較トーク。交渉。

「最新のモデルであれば〇〇円になる可能性もありますが、

いまから 20 年以上前に作られていたモデルですので、こちらの金額になります。

20 年以上前のバッグがこれだけのお値段付くのはすごいことですよ」

査定はただ金額を出すだけでなく、お客様との交渉ポイント（瑕疵ポイント）を探ることが大切です。

最後に「機番がないモデル」について

2021 年春より機番がない商品が作られるようになっていきます。

機番ではなく IC チップを内蔵した商品に切り替わっていくようです。

M62630/6 連キーケース

M42616/ジッピーウォレット など

この先すべての商品が IC になるのか分かりませんが、
機番がない＝基準外というわけではなくなります。

スマートフォンのアプリを使って IC チップのデータを読み取るということが出来ますが、
法則性がなく、本部査定では、現状の対応としては「預かり査定」ということになっています。
「機番がないから基準外」と、すぐに判断しないようご注意ください。

最後に、前半のクイズの答えです。

「MB1010」→2000 年 11 月

「MB1111」→2011 年 11 週

「MB6101」→基準外 ※11 年 60 週→1 年間は 52 週のため

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.		配信日		ジャンル	
テーマ					

プラチナサポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	042	配信日	2021/9/13	ジャンル	商品知識
テーマ	デイトナ 600 万円				

さて本日は、昨日の価格相談で問合せがありました
チラシの掲載内容「デイトナ 600 万円」についてです。

お客様から「チラシに 600 万と書いてあったので、600 万になったら売る」と
言われたらどうしますか？



「チラシに掲載しているのは、新品未使用で・・・」では、ダメです。

チラシ掲載の金額には理由もあります。

そもそもですが、現行のデイトナのモデルは 116500 という型番です。
ひと世代前が 116520。チラシ掲載は 16520 と二世代前のモデルになります。

16520 は 1988 年から 2000 年 8 月の間に製造されたデイトナの型番です。
2000 年に作られたデイトナ（シリアルが P 番）がプレミアとなっています。
P 番の中でも、P3 から始まるシリアルは、2000 年の中でも最後に作られた

モデルのため超プレミアがついています。

もちろん完品条件ですが、このクラスのデイトナになるとギャラがないだけで数十万の差が出る可能性もございます。

「チラシに 600 万と書いてあったので、600 万になったら売る」と言われたら

「チラシ掲載のデイトナは、16520 の P 番です。更に P3 から始まるシリアルで完品であれば、チラシ掲載の 600 万になる可能性はございます。

お客様がお持ちいただいたデイトナは 116520 です。16520 の次のモデルになりますので、お買取り金額としては〇〇万円です」

基本の比較トークになります。

チラシ掲載の金額には少なからず理由があります。完品未使用という条件での金額もありますが、チラシの内容、金額でご不明な点等ございましたら、お気軽にお問い合わせください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	043	配信日	2021/9/21	ジャンル	商品知識
テーマ	査定の注意点				

今回は「**査定の注意点**」について、情報共有させていただきます。

9月に入り、持ち込みの品が増え、ブランドの査定ラインもにぎわっている状況です。
また新たにオープンした店舗さんでは、査定がスムーズにいかない。写真を撮るのが・・・
と言った声も聞こえてきます。
そこで今回は、最近の査定で気になる点を共有させていただきます。

(1) 「**お品物の査定に重要な3つポイント**」

改めてですが、覚えてますでしょうか？査定中では以下の3点を意識してください。

- ①真贋
- ②状態
- ③スピード

真贋・・・基準外であるかどうかです。偽物＝基準外となりますが、基準外＝偽物ではありません。
どこの業者でも基準があり、本物であっても基準の沿わない場合は、基準外となります。おたからや本部では、
店舗から送られてくる写真をもとに真贋チェックをします。この際に写真のピントがあっていないことがあります。
再度撮り直していただくことになります。

状態・・・写真と本部に送られていた際に状態相違があると減額になる可能性がありますので、改めてご注意ください。

スピード・・・査定のスピードをあげる一つとして、真贋ポイントや状態がわかる画像をスムーズにアップロードできるか。
また査定時間にお客様は何をされていますか？基本は買取品目のカタログを見せて、引き出しをすることが大切です。
あとは雑誌などや飲み物を用意してお客様にくつろいでもらうようにしてください。

※買取品目のカタログがない店舗様は、ぜひこの機会に発注ください。

(2) 多く見られる「査定の注意点」について

今回の本題ですが、査定のスピードをあげるために注意点を共有させていただきます。

①真贋査定で一番多いのが「ピントがあっていない」です。

特にロゴなどを撮影するときは「スマートフォンのデジタルズームは使わずに」
「拡大レンズ（クリップレンズ）を使って撮影」してください。

※デジタルズームとは、主にスマートフォンなどで使われるズーム機能です。
映った画像を画面上で引き延ばしているだけです。実際は拡大されていません。

ピントのほかに「斜めから撮影している」と真贋の判断が取れなくなります。

ちなみに現物を見ずに、画像だけで「真贋保障」をする会社はそうそうないと思います。

②本部のライン査定は、最終投稿の時間をみて順番に査定していきます。

これは最初の段階でよくあることですが、

例えば

10：10に画像を5枚アップロード

↓

10：15に追加画像があったのでアップロード

この場合は10：15基準に査定の順番となります。

追加でコメントを入れたり、画像を上げると査定順番が一番あとになりますので、ご注意ください。

③金額だけ知りたい場合は「真贋不要」「金額のみ」と記入ください。

お客様が「査定だけ」で金額だけ知りたい。

交渉するうえで、まずはお品物の金額だけを先に知りたい。

真贋は自分でチェックするので、金額だけ知りたい。

などのケースです。この場合は「真贋不要です」と記入していただければ、
画像を真贋に必要な写真がなくても、金額を出すことができます。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	044	配信日	2021/9/27	ジャンル	集客
テーマ	アポ取りについて				

今回は、『アポ取りについて』の配信をさせていただきます。

添付しました pdf をご参照ください。

内容から特に重要な点となります。

アポ取り＝広告行為＝強い興味付けが必要

営業行為である買取と意識を変える必要がある場合がございます。

「一期一会」ともなりますが、折角のご来店の機会を、一度だけといわずに
もう一度と考えて、4点セットを忘れずに努めていければと思います。

もし、お品物をもっていないお客様が問い合わせとしてご来店いただいた際でも
価格相談といわず、**アポを取る為のご相談のお電話**もお気軽にいただければと思います。

以上となります。

アポ取りについて

アポ取りについて最も重要な点は、**広告行為＝『強い興味付け』**をすることです。それには、買取（営業行為）とは別の考えをもって接客をする必要があります。

広告行為 興味付け 来店してもらう	≠	営業行為 安く仕入れる 買い取りをする
---	---	---

安く仕入れる意識が高いことは良いのですが、アポ＝来店（再来店）を考えてもらう段階では期待値を下げる言葉はマイナス効果になってしまいます。

強い興味付けがしっかりできていれば、お客様の優先順位を上げることができます。

「今日この後すぐにでも、また持ってきます」と言っていたのが最良です。

その為にも下記の点が、特に大切となります。

- ① 特別感を与える**

リピーター（紹介）限定
店舗限定
期間限定 今日明日であれば ○○日まで
自分（○○好き）だからこそ頑張れるとアピール

② お品物

具体的な品物を引き出す 何かございますかで終わるのはNG
壊れたものでもOK（アクセサリー、時計、バッグ） 瑕疵の指摘NG

○アポの取りやすい（誰でも家にありそうな）品物を連想していただく

チラシやリーフレットを見て、何かあったら持ってきますと言われて終わりではいけません。特に警戒心がとけていない方でしたら、「テレカ」や「切手」などのイメージがつきやすく使っていないであろう品物から説明するのも効果的です。

そこから徐々に、高単価の品物も提案することで、粗利向上のキッカケ作りとなります。

- ③ 価格
金額提示は避ける＝具体的な金額は、聞いたら満足して査定しなくていいと感じる
(他社との比較も連想させてしまう恐れあり)
※どうしても価格を言わなければいけない場合は、幅をもって伝える
例) 状態や数量により〇〇ぐらいから〇〇ぐらいとなりますが
しっかりとした価格を出す為にお見せいただけますでしょうか。

あえて話を完結させないよう、適度な期待と疑問が残るぐらいが望ましいです。

次にお品物をもってきてくれたら、その疑問が解決できる＝実来店につなぐためです。

問い合わせの際も、話させ上手は重要

お客様の言葉を「復唱」することで、話を聞こうとしてくれていると感じてくれることもあります。

ロレックスの〇〇だけでも～ ⇒ ロレックスの〇〇ですね

話を聞いてくれる→品物見せてみようかと、信用信頼をステップアップさせてみてください。

アポ日時が決まりましたら、口頭約束だけではなく、より確実に来店いただくためにも

名刺や紹介カードに、アポ日時を記入して手渡してください。

お客様のお名前だけでなく、連絡先も伺えるように信頼関係を築けるよう心がけてください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	046	配信日	2021/10/9	ジャンル	接客
テーマ	名刺を渡す。白手袋をつける				

今回は「**名刺を渡す。白手袋をつける**」について、情報共有させていただきます。

おたからやでは「10の行動指針」を基本に買取をしています。

10の行動指針には「お客様との信用信頼関係をつくる」という一つの目的がございます。

名刺を渡す、お客様の名前を呼ぶ。褒める。共通項を見つけるというのは、信用信頼関係をつくる要素となってきます。

基本的な点ですが、ここ最近、接客を見ていて気になる点でしたので、共有させていただきます。

(1) 「**名刺を渡す**」について

おたからやでは、接客の前に名刺を渡しています。

他の買取店に行っても、名刺を渡すことはもちろん、名前を名乗らない方が大半です。

お客様は不安で来店されます。どこの誰かが分からない人に査定されるより、自分の名前、役職を明らかにすることで

安心してもらうために、名刺を渡します。

名刺を渡したからといって、すぐに安心するとは限りません。前述のとおり、信用信頼関係をつくるための一つの要素となります。

名刺を渡すだけで、他社との比較にリードできる要因となります。

(2) 「**白手袋をつける**」について

10月に入りコロナも大分落ち着いてきましたが、素手で触ることを気にされる方はまだまだ多いです。

もちろんコロナとは関係なしに、お客様のお品物を素手で触る事はNGです。

お客様を大切に扱うという点で白手袋を重要です。

私も以前現場に出ていた頃、白手袋をつけると、お客様から

「そうよね。普通手袋付けるよね。さっきのお店はずっと素手で触っていて、本当に雑だったから売らなかった」

と言われたことがございます。

そもそも**素手で触っていけないもの**もございます。

例えば、天然の真珠とかは素手で触ることは NG です。真珠は主成分が炭酸カルシウムです。酸、熱、水に弱いので、素手で触ったりすることで、傷や変色などの原因になります。

革のバッグなどは爪で傷をつけてしまったりすることがありますので、ご注意ください。

白手袋をつける。つけないで、買い逃しをしているかもしれません。

なお貴金属など手袋をつけていると触りにくいという場合は、お客様に一言声を掛けて手袋を外す（もしくは片側だけ外す）などの対応をしてください。

査定依頼時 撮影ポイント

～ブランド課～ 2021/1/10 改訂版

株式会社いーふらん

目次

- 3P～ CHANEL シャネル
- 5P～ LOUIS VUITTON ルイヴィトン
- 8P～ ROLEX ロレックス
- 11P～ HERMÈS エルメス バーキン

CHANEL シャネル

①付属品も含めた全体写真（ギャランティは裏表）



②正面と裏面



③底面



④角スレ



⑤ファスナーブルのアップ



⑥内ポケットファスナーブルのアップ



CHANEL シャネル

⑦内側の全体



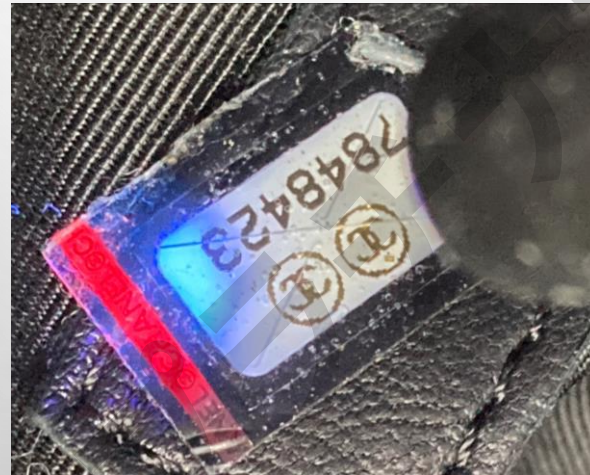
⑧ロゴのアップ



⑨ファスナー裏のアップ



⑩シリアルシールのアップとブラックライト反応



LOUIS VUITTON ルイヴィトン

① 付属品も含めた全体写真



② 商品前後



③ 両サイド



④ 底面



⑤ 角スレ



LOUIS VUITTON ルイヴィトン

⑥金具部分のアップ



⑦金具部分のロゴのアップ



⑧ネジ部分のアップ



⑨ハンドルの写真

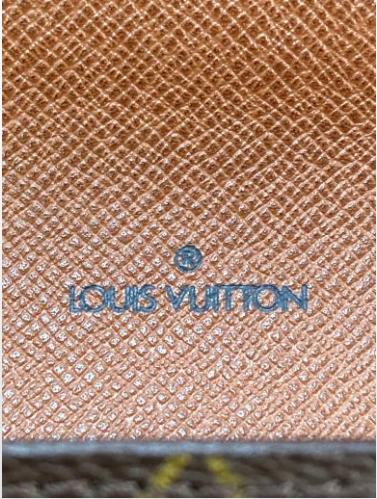


⑩内側全体



LOUIS VUITTON ルイヴィトン

⑪ブランドロゴ刻印のアップ



⑫機番のアップ



⑬ファスナープルのアップ

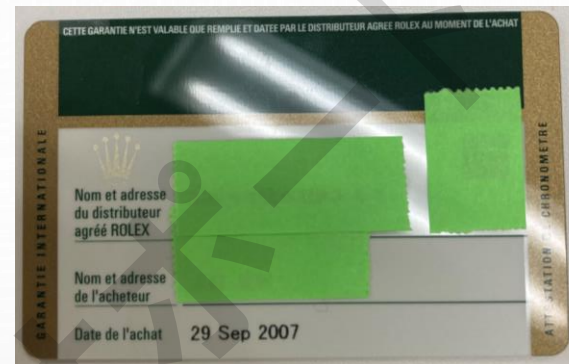


ROLEX ロレックス

①付属品も含めた全体写真



②ギャランティの表裏



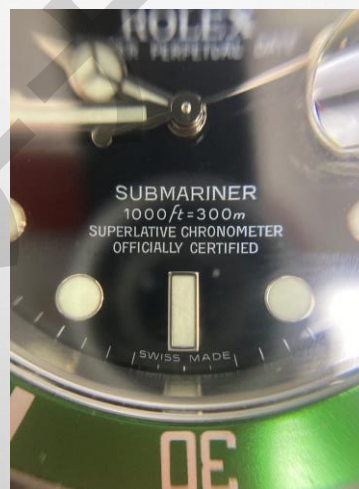
③文字盤全体の写真



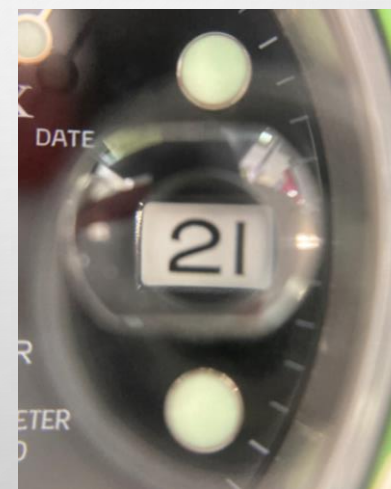
④12時側ロゴのアップ



⑤6時側ロゴのアップ



⑥カレンダー（日付）のアップ



ROLEX ロレックス

⑦針先、針軸のアップ



⑧竜頭のアップ



⑨裏蓋



⑩バックルロゴ



ROLEX ロレックス

⑪ クラスプコード



⑫ ブレスのマイナスネジ



⑬ バックル王冠マークのアップ



⑭ 12時側REF



⑮ 6時側REF



⑯ ブレスだれ



HERMÈS エルメス バーキン

①正面・裏面



②底面

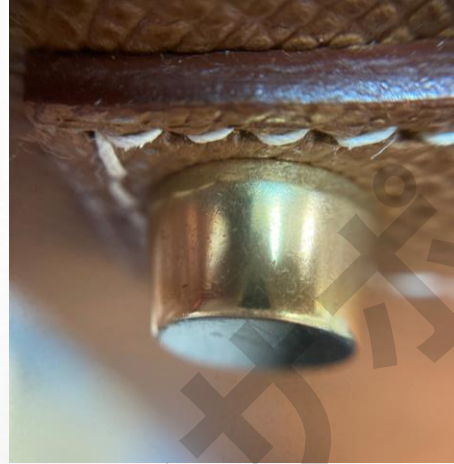


③角スレ



HERMÈS エルメス バーキン

④底鉤



⑤クローア部分のロゴのアップ



HERMÈS エルメス バーキン

⑥クローシュ



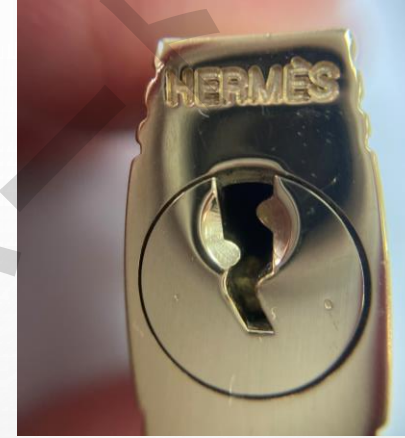
⑦クローシュのキー



⑧カデナ



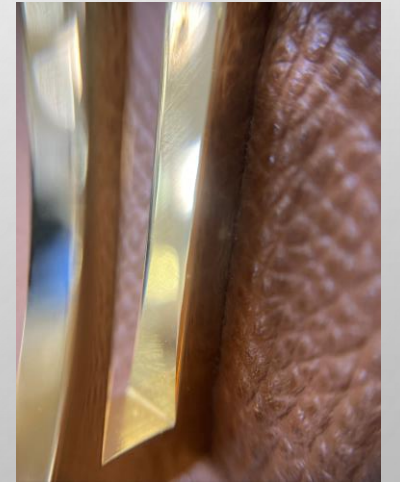
⑨カデナのアップ



⑩エルメスのロゴのアップ



⑪ハンドル付け根のU字金具とその内側のアップ



HERMÈS エルメス バーキン

⑫内側全体



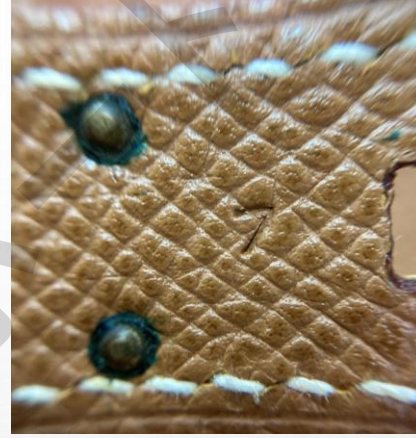
⑬ファスナープルのアップ



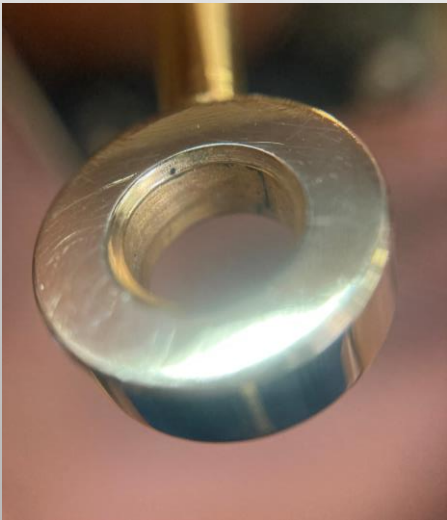
⑭ファスナーエンド



⑮機番



⑯ドーナツ状金具の内側



⑰クロア革部分の付け根のアップ



⑱ハンドルの付け根のアップ



※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	047	配信日	2021/10/19	ジャンル	査定
テーマ	主要ブランドの真贋に必要な箇所				

本日は以前にもご案内差し上げておりましたが、ブランド品の査定時にブランド課へ送る写真の送り方、「主要ブランドの真贋に必要な箇所」を再度ご案内差し上げます。

まず大前提としてピンボケしてしまっている写真では真贋を取ることが出来ません。
鮮明な写真を撮り直して再度アップするというだけでも時間のロスとなってしまいます。
写真を送信する前に写真のピントが合っているか確認をお願いします。

主要ブランドの真贋に必要な箇所の資料を添付させていただいておりますので、可能であればプリントアウトしていただき査定時にすぐ資料を見れるようにご保管ください。

写真を撮るべき箇所は多いですが、追加の写真をお願いされまたアップする事の方が時間を要してしまうので資料通りの箇所の写真を最初から送れるようお願い致します。

ラインでの査定のあげ方ですが、ブランド課からのご案内にあるように以下の例のようにお送りください。

例

査定前 バッグ2点 時計1点です。
真贋査定をお願いします。

1 バッグ C 角スレ有

写真
写真
写真

2 バッグ AB 使用感少ない

写真
写真
写真

3 時計 不動 or 可動 腕回り 17 c m

写真

写真

写真

以上です。

上記の様に、個々に状態ランクの記載、時計の場合は動作状況の記載をして送って頂けると、少しでも迅速に対応出来ますので、ご協力の程宜しくお願い致します。

ご不明点などあればプラチナサポート SV までご連絡ください。

よろしくお願いいたします。

プラチナサポート

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	048	配信日	2021/10/20	ジャンル	査定
テーマ	ルイヴィトンの真贋				

今回ご案内するのは「Louis Vuitton の真贋」についてです。

2021 年 3 月以降生産の製品には模造品対策として IC チップが埋め込まれています。

それらの製品には旧来モデルにあった機番がない為、真贋査定をする際には機番画像に代わる方法で査定 LINE へ送って頂くことになります。

手順は添付ファイル内にて説明しておりますが、他注意点は以下となります。

- ・真贋査定には IC チップに反応を示した画像ではなく動画が必要になること。
- ・IC チップが反応を示す動画を撮影する為、スマートフォンを 2 台ご用意頂く必要がある。
- ・仮に IC チップに反応があったとしても、それだけでは本物である証拠にはならない。

現状は最新モデルの為、期待値の高い商談になるかと思います。

ご不安な場合は本部までお送り頂き実査定での真贋をご依頼ください。

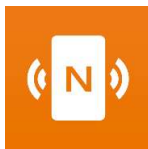
今後 IC チップを埋め込んだ模造品が出回る可能性も高いかと思います。

新しいモデルのお持ち込みがありましたら今以上に各部詳細にご確認ください。

ICチップ入りLOUIS VUITTON製品について

2021年の3月頃から販売された製品で
製造番号が刻印されていないものの持ち込みが増えています。
製造番号がない製品に関しては
新たに製品の革内部に**ICチップ**が埋め込まれています。
今後は刻印が無い場合
ICチップの有無も真贋ポイントになります。

以下がアプリのダウンロード方法です。
※真贋には**スマートフォンが2台必要**となります。



iPhone ⇒ App Store
Android ⇒ Google Play
の検索から
「NFC Tools」と検索すると左図が出てきますので
ダウンロードして下さい。



ダウンロードが完了するとこちらの画面になります。
使うのは一番上の「読む」です。



「読む」をタップすると準備完了になりますので
この状態で対象にかざしていきます。



例)ポルトフォイユ クレマンス
赤丸部分にスマホ上部をかざします。
※製品によってかざす箇所は異なります。



アプリがICチップに反応する過程の**動画**をもう1台の
スマートフォンで撮影頂きブランド査定にお送り下さい。
NFC Toolが反応し画面が左図のようになれば成功です。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	049	配信日	2021/10/22	ジャンル	商品知識
テーマ	ダイヤの鑑定機関				

本日はダイヤの鑑定機関のお話です。

日々のお買取で数多くの鑑定書を目にするかと思えます。

ダイヤ研修テキストにもありますが、信頼できる鑑定機関は数えるほどしかありません。
お客様がお持ちの鑑定書の発行元をしっかりと確認しましょう。(添付データご確認ください)

期待値が高い事の多いダイヤですが、4C での比較トークが有効です。
鑑定書のランクについてもお客様に説明出来るようにしましょう。

鑑定書とは

別名**ダイヤモンド・グレーディング・レポート**。ダイヤモンドのみに発行されます。

4C (カラー・クラリティー・カット・カラット) の基準に基づきダイヤモンドをランク分けしたものとなります。

2010 年には世界的に権威の高かった**全国宝石学協会、通称 [全宝協]** がある一定の取引業者に対して有利なダイヤモンドグレードを発行して問題となり
AGL を除名されたという事件がありました。

1980 年代後半から 1990 年代初頭にテレビ CM やクイズなどの景品等でよく見かけた**"ココ山岡"**。一定期間後に販売価格で買い戻すと言った特約を付けて販売するなど
独自の商法を行ったジュエリー会社です。結局はダイヤモンドの相場は不況などで下がり続け、売上より買い戻しが上回る様になり 1997 年自己破産しました。

鑑別書とは

科学的検査により、その宝石が本物か偽物かを鑑別したものです。

こちらはダイヤ以外の宝石にも発行が可能なものとなります。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	050	配信日	2021/10/24	ジャンル	商品知識
テーマ	ロレックスのバネ棒の外し方のコツ				

本日ご案内しますのは**ロレックスのバネ棒の外し方のコツ**についてです。

査定の際にベルトが外れずに真贋がとれないというお電話をよくいただきます。

強気な金額提示をするには真贋をとることが必要不可欠です。

ロレックスのバネ棒外しが簡単に出来るようになるには慣れや経験によるところが大きいですが、いち早く簡単に外せるようになる為にも本メールを参考にいただければと思います。

マニュアルのバネ棒外しについてを添付してありますのでそちらもご覧になってください。

※あくまで一例です。手の大きさなどでやりやすさも変わりますので、最終的にはご自身が外しやすいやりかたを見つけてみて下さい。

横穴タイプ

まずはベルトの付け根を**親指で持ち上げる**ようにした状態で、バネ棒外しのI型を穴の中に入れ、片側を外します。

片側が外れたらその状態をキープし、反対側の穴にバネ棒外しを入れ反対側を外します。

穴なしタイプ

裏面のベルトの付け根部分にバネ棒を引っ掛ける部分があります。

ベルトの付け根を上を持ち上げるようにした状態で、ベルト付け根にある穴にバネ棒外しのY型を引っ掛けま

す。そのままスライドさせれば片側が外れますので、外れたらその状態をキープし反対側を外します。

※注意

ブレスレットを外す際にバネ棒が飛んでしまうことがあるのでご注意ください。

ほとんど力はいりません。力を入れすぎると時計本体を傷付けてしまう恐れがあります。

ロレックス豆知識

横穴タイプ

～2003年ごろまで

穴なしタイプ

2003 年～

横穴の有無、なくなった時期はモデルによって若干異なります。

ただし、2003 年ごろに横穴をなくしたモデルが多いので横穴タイプのロレックスなら 2003 年以前のモデルだと

考えて良いかと思います。(確定ではありませんが。。。)

ハチマキサボート



①まず、持ち方です。

ポイントは親指と人差し指でブレスを固定し、薬指と小指でブレスを固定し、全体的に手を広げる感じにしてブレスを12時と6時の方向に張りをもたせてあります。



②片方ずつ外していきます。

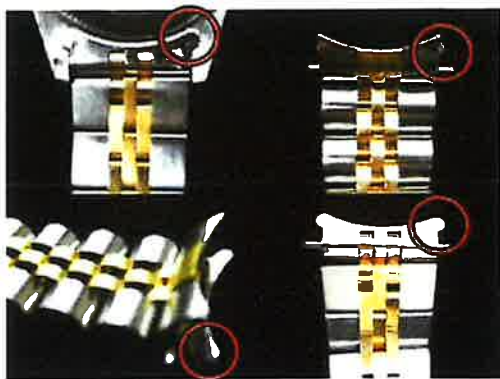
このポイントは穴の中のバネ棒（突っ張り棒のようなもの）が外れるところまで入ったら①で12時にかけていた力を11時のほうにシフトすることです。そのままですと外し棒を抜くとバネ棒がまた穴の中にはまってしまいます。



③反対側を外します。

②でかけている11時の力をたもったまま、反対側からバネ棒をおすとスルッとブレスが抜けます。最終的に手をどのようにまわすか逆算して最初の持つ位置を決めるのが大事

型番は入っていましたでしょうか？入っていたら反対側を外して、シリアルNO.とギャランティーカードのシリアルNO.を一致するか確認します。が、両方ともブレスを外してしまうとこの後はめるときに逆にはめてしまう可能性が出てきますので、必ずこの時点ではめて元に戻してください。



①はめる前に・・・

ブレスの一番端っこの部品のアップです。よくみると判りますが内側(後ろ側)にミミ(?)がついています。つまり、本体の後ろからは入ってこれるけれども、前側からは入っていけないことになります。



②裏側からあてます。



③片方づつはめていきます。

このとき、バネ棒がラグの内側に入っていれば、穴にはまっていなくてもOKです。



④反対側をはめます。

とりあえず、ラグの内側にバネ棒を入れておいて、全体を微調整するとパチッ！と、音がしてはまってくれます。

偽物はクオリティーが低いので、バネ棒を穴に入れるときに、遊びが多すぎてなかなかハマってくれません。ちゃんとはめないとすぐにはずれてしまいますので注意してください。

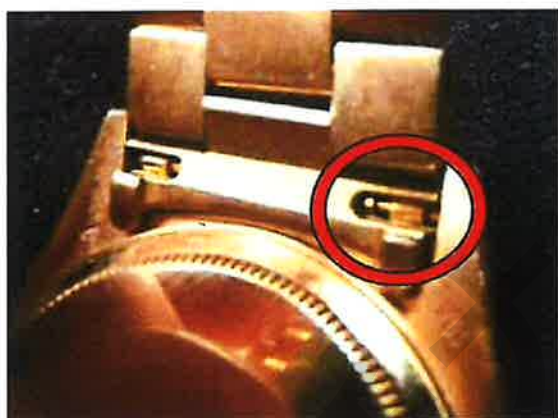


←ラグに穴が貫通していないタイプです。↓



←内側からはずすために窓があいています。

窓から中心に向かってバネ棒(引っかかるように段差がついています)を押してやります。元の穴に戻ってしまわないように斜めに力をかけてやるのも同じです。



←窓のアップです。
バネ棒についている段差
見えます？



←段差をハズシ棒で押します。
写真では指を添えていませ
が、すべてキズつけない
ように指添えた方がいいです。
(りんごの皮むきのように)

ブレスのはめ方ですが、このタイプでも基本的に変わりません。
裏からの一通は変わりませんので、裏からあてて、片方づつはめて
ください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	051	配信日	2021/10/27	ジャンル	接客
テーマ	金の問い合わせの一例				

本日本案内しますのは**金の問い合わせへの一例**についてです。

一例となりますが、お客様を査定ステージに引き上げるのが目標です。
その為、アポと同様に強い興味付けを意識してください。

特にインゴットを想定しての問い合わせの場合は、アクセサリー以上に期待値が高い場合もございます。
そこで期待値を下げる話をしては、実査定と買取は難しくなってしまいます。

あえて価格を言わないようなパターンとなります。
貴金属の買取こそ、粗利単価を伸ばす重要な点ともなります。
是非、一人でも一品でも多くの貴金属の買取に繋がれたらと願います。

座学研修でも、話がでております田中貴金属のジュエリー買取 HP の URL となります。
比較トークでもご活用ください。

RE:TANAKA

<https://gold.tanaka.co.jp/retanaka/>

お客様により対応も異なりますが、全ての問い合わせを成約につなげられるよう
情報と経験を共有していきます。

金の価格・買取についての問い合わせの一例

(Q:お客様、A:店舗スタッフ)

Q 金をいくらで買ってくれるの？

A 金の価格でございますね。
因みにそちらは、今お持ちでしょうか？

Q 持っている

A ⇒そのまま査定

Q 持っていないけど、いくらになるか知りたい

A かしこまりました。
金の価格となりますが、少しか質問させて
いただいてよろしいでしょうか？

A1 お客様もご存じと思いますが
国内産か海外産どちらになりますでしょうか？
生産国によりますので、機械も使用してしっかりとした
純度（金性）の確認を必要がございます。

A2 それと形状となりますが
板金か、アクセサリどちらになりますでしょうか？
加工の手間などございますので、デザイン形状によって
価格差もございます。

A 皆さんご存じの通りで、状態等によってお値段は異なります。
私共は目視だけでなく、機械も使って、しっかりと細かく査定（金性の確認含）を
させて頂くので、満足いただける価格をおだしできております。
片方だけのピアス等の小さな物までも査定できますので、是非ともお任せください。

Q 対話の余裕もなく、とにかく価格だけが知りたい

A 状態等によりお値段が異なりますので、幅をもってお伝えさせていただきます。
私共は目視だけでなく、機械も使って、しっかりと細かく査定（金性の確認含）を
させて頂くので、正確かつご満足いただける価格をおだしできております。

【注意点】

いきなり〇〇〇〇円と断定した金額を言い切らない。
言質をとったと捉われて、高買いになる可能性あり
お客様の言った言葉を復唱して、聞く姿勢をアピールして
実査定へと誘導していく。

NGワード

お客様から言うのは良いが、期待感が高まる可能性あり。
初めての方でも、査定中にワード検索することあり。
・インゴット（一般的に使われる言葉ではない）
・重さ
・販売手数料

できる限り聞き出したい情報

質問しすぎると警戒されるので、本来は査定まで
持ち込めた際に聞いてもらいたい内容です。
・以前の売却歴の有無
・自身で重さ測ってきているのか
・どのサイト（媒体）を見てきたのか
・いつ誰がどこで購入したのか

ポジティブにしたい（強い興味付け）ワード

・機械も使って、しっかりと細かく査定
・全国1000店舗以上あるので、売却ルートも
それだけ多くあります
・デザイン性も考慮しての査定ができます
・今が売り時（皆さんお持ち込み増えてます）

どうしても具体的な金額を言わなければならない場合

・当日の相場そのままお伝えする
・RE:TANAKA価格や、90%でお伝えする
実来店後の切り返しトークが重要となりますので
プラチナサポートへご相談ください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	053	配信日	2021/11/5	ジャンル	集客
テーマ	架電				

本日ご案内しますのは「**架電**」についてです。

絶え間なくお客様がいらっしゃる事が、何よりの望みとなりますが
時節などもあり空いた時間もできます。

その際に「**動的待機**」を意識している店舗は、集客にも大きな結果が
できます。

- ・店頭と店内清掃
- ・ティッシュ配り 等

これらも重要ですが、**架電はリピーターを呼び込む重要な行為**です。
特にご自身が信用信頼を得ている自信のある方にでしたら、御礼として
ぜひ架電を試みてください。
また貴方と話してみたいなと、思い起こしていただけるのが最上です。

私が店長していた際ですが、**お客様と話した世間話を計算書にメモ書き**も
しておりました。

好きな食べ物等の他愛もない内容もです。そんな話がでてくると驚かれる
お客様もいましたが、お客様の話に対しての聞く意識の高さを喜んでの
評価をいただく事が多くございました。

直営店舗、コールセンターでも使用していたマニュアルに注意点を記入した
資料を添付いたします。
ご不明な点ございましたら、遠慮なくご連絡ください。

お客様により対応も異なりますが、全ての問い合わせを成約につなげられるよう
情報と経験を共有していきます。

架電トークスクリプト

※架電は、接客日から3～7日以内（お客様の記憶に残る）が望ましいです。

【トーク例】

いつもお世話になっております。 おたからや〇〇店の□□と申します。

△△様のお電話でお間違いないでしょうか。

先日は、当店をご利用いただき誠にありがとうございました。

突然のご連絡となつてしまい申し訳ございませんが、今回ご連絡させていただきましたのは

△△様からお買取をさせていただきましたお品物が全て無事に販売することが出来ましたので、

お礼のお電話となります。誠にありがとうございました。

また精一杯査定を頑張らせていただきますので、またのご利用を心よりお待ちしております。

因みに△△様



☆前回担当した場合

私のことは覚えておいでですか。ありがとうございます。

△△様とは、◇◇のお話をさせていただいており、その後お元気かなと思ひましてご連絡をさせていただきました。

☆強い興味付け

実は今回お電話させていただいたのが、もう一点ございまして、**いつもお世話になっておりますお客様限定となります ● ● ● キャンペーンのお知らせ**もでございます。

例) リピーター様のみ通常キャンペーンから更に10%UPキャンペーン

指輪1点10,000円保証キャンペーン

雨の日+10%UPキャンペーン 等

非常にお得なキャンペーンなので、この機会に是非ご来店お待ちしております。

また、当店の買取品目が多いことが強みでございますので、

最近ですと、切手やテレホンカード1枚（※）からでもお買取させていただいております。

（※：ガラケーやスマホ、毛皮や着物、贈答品（お中元、タオル）などイメージしやすい品物を提案）

処分してしまい、もったいないことをしたと仰る方も多かったので、ぜひご相談いただければと思っております。

おまとめでお持ち込みいただくことで、できるだけプラスアルファの金額もできますので是非一緒にお持ち込みください。

では、当日お待ちしておりますので、どうぞお気をつけてお越しくださいませ。

【注意点】

元気な挨拶から始めて、警戒心をなくす。

詐欺事件などから、架電に対して警戒心強い。

いきなりの営業活動ではなく、お礼の挨拶から始めて
関係性を思い起こしていただく。

接客対応の感想を聞いたりするのも好意いただけます。
以前に話した世間話あれば、思い返しと続きの話などする。

強い興味付けと、他店ではなく自店への再来店を誘う。

期待値が下がるような発言はNG。

例) 値段つかないかもしれませんが...

お客様から、「値段付かないかも？」と言われた場合は
「その疑問が解消できるチャンスです」と訴えかけられます。

以前に持ち込みされたお品物は事前に確認しておく。

**いきなり高単価な提案だけではなく、どの家庭にも
ありそうなお品物をだします。**

何かあればではなく、具体的なお品物イメージを提案する。

例) 壊れた時計、破れたバッグ、フ等

切れてしまったネックレス

アポが取れた際は、復唱して確認してください。

① お品物と数量

② 日時（二者択一で決める）

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	055	配信日	2021/11/20	ジャンル	交渉
テーマ	ロレックス 12 万保証				

最近ロレックスの持ち込みが増えております。
皆様、ロレックスについての知識はいかがでしょうか。

今回は、**チラシの「12 万円保証」**で買うことに苦戦している方に向けて
配信させていただきます。



そもそも、チラシの**12 万円保証**ですが、**16233G** というモデルです。

12 万円保証を期待されているお客様に対して、**12 万円以下**で買い取るための基本トークは、

「チラシのお品物は、インデックスにダイヤがついている金とのコンビモデルとなっております、
お客様が持ち込まれたロレックスとは違うモデルなので、買取価格としては、〇〇万円です。」

このように使うことができます。

ここでギャラがない、状態がなどで、期待値を崩すのは NG です。モデルが違うことを説明してください。

もちろんロレックスであれば12万円以上の価格がつくことが多いので、12万円で買うこともひとつですが、ここは12万円以下で買うことをチャレンジしてください。

他に価格がつきやすい特徴としては、

- ・ダイヤモンドデックス
- ・コンピューター文字盤
- ・ローマインデックス
- ・箱ギャラあり可動 等

デイトジャストだけでいうと、他にも

- ・ベルトのだれが少ない→修理しても直せないから
- ・金とのコンビモデル→金相場&人気が高い
- ・フルーテッドベゼル、ジュビリーブレス→原価、人気が高い
- ・カラー文字盤→最近出たモデルで人気が高い 等

この知識を比較トークとして是非使っていただきたいと思います。

また、チラシの内容、金額についてなどご不明点ございましたら、お気軽にお問い合わせください。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	056	配信日	2021/11/21	ジャンル	価格相談
テーマ	価格相談				

お世話になっております。

最近価格相談をしていただけることが増え、結果として**単価や成約率の向上**がみられるようになりました。

価格相談に関しては、よりスムーズな進行をしていきたいと考えていますが、まだまだ何をSVに伝えればいいのかわからないという声が多いです。

そこで、今回は**価格相談時に話していただきたいこと**をまとめたいと思います。

① 年代や性別、お品物と売価

→年代や性別によってアプローチが変わってくる、品物と売価の把握のため

② イメージ金額とその根拠

→アテをいくらでやってイメージはいくらなのか、またその根拠

③ 今日売る動機

(1) 売る理由、売らない理由

→なぜ持ってきたのか、なぜ査定だけなのか等

(2) 誰のものか

→自分のもの、親から頼まれて持ってきたもの、決裁権ありか等

(3) 買取利用初めてか

→買取店初か、おたからやは初か

(4) 購入金額

→いつ、どこで、いくらで買ったものか

④ 提示予定の金額とその理由

→それを踏まえてアドバイスいたします。

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	057	配信日	2021/11/22	ジャンル	交渉
テーマ	ロレックスの期待値の下げ方				

お世話になっております。

先日もお話をさせていただいた通り、ロレックスの持ち込みが増えております。
皆様はロレックスの持ち込みがあったとき、**チャンス**だと思っているのでしょうか。

持ち込みがあった際、お客様の期待値を下げる知識を、是非とも身に着けていただきたいと思い

今回は**ロレックスの期待値の下げ方**について、解説していきます。

基本は箱ギャラ、状態ですが、そのほかにも期待値を下げるポイントがいくつもございます。

一つは製造年、シリアルナンバーによって判別できますが、
サブマリーナーなどはロングセラーモデルである影響もあり、同じモデルでも多少の値段の違いでる可能性がござ

います。
また私がよく比較トークで使うポイント、値段が変わる要因として

・**針などに使われている発光塗料（1999 年ごろからトリチウム→ルミノバ）**
→トリチウム>ルミノバ

・**ルーレット刻印の有無（あるのは 2007 年以降のモデル）**
→あり>なし

・**王冠透かしマークの有無（あるのは 2001 年以降のモデル）**
→あり>なし

・**クラスプの違い**
→ダブルバックル>シングルバックル

細かいところでいうとまだまだございますが、これらを使って比較トークしていきましょう。

例

「ルーレット刻印のあるものであれば特に人気が高く 90 万円お出しすることは可能ですが、お品物はルーレット刻印がございませんので 80 万円です。」

上記の比較トークのポイントをおさえて、皆様もぜひ比較トークを考えてみてください。

なお小ネタですが、発光塗料のルミノバは日本が発明した技術なんです。商品知識として披露するのも良いかもしれません。

ルーレットポイント

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	058	配信日	2021/11/23	ジャンル	アテ
テーマ	イメージ金額を聞き出せない				

お世話になっております。

年末に向けて大切な時期に突入しておりますが、お客様の期待はしっかり聞き出せているでしょうか。

希望金額を聞き出せないまま、金額を提示して買い逃してしまったり、
期待より高く提示してしまった経験はないでしょうか？

そこで、今回はイメージ金額をアテで聞き出せなかった際の対応方法について共有していきます。

前述しましたが、希望がわかってないのに金額提示する行為はかなりのリスクを伴います。
そういうケースでは、もう一度「アテをする」です。

最初は、「最悪お値段がつかないかもしれません」というアテでしたが、
2回目は具体的な金額を金額提示時にアテることがポイントです。

例

「只今査定の途中なのですが、なんとか2万円はお出しできそうです。」

例の続きパターン1

お客様「そんなにつくんですね。」

店員「まだ確定ではないので、この後査定が完了したうえで頑張らせていただきます。」

例の続きパターン2

お客様「それしかつかないの？」

店員「まだ査定の途中ですので。ちなみにいくらくらいをイメージされてました？」

具体的な金額をアテることによって、お客様の潜在的なイメージを聞き出せます。

1度のアテで終わらせるのではなく、再度アテをするようにしてください。

また、いくらでアテればいいのか、どういうアテ方をすればいいのかわからない際は、是非
プラチナサポートにご相談ください

※情報共有メールは、プラチナサポートの特典となっております。プラチナサポート加盟店以外への共有、流用等は禁止されております。

※配信当時の内容のため、現状の内容と異なる場合もございます。予めご了承ください。

プラチナサポート情報共有メール					
No.	059	配信日	2021/11/25	ジャンル	集客
テーマ	口コミ				

お世話になっております。

営業で大切な3つの考え方の中の一つ「**危機感**」について

危機感とは数字を把握し、問題を探すこと。です。

来店数が伸びない、少ないと相談を受けて、私からどれくらいの来店ですか？と聞いても数字を答えられない方もいらっしゃいます。

問題解決の最初は、数字の把握です。

まずは店舗の数字を把握することを、改めて重要とご理解ください。

そのうえで、ここ最近、「チラシ以外の来店を増やしたい」というご相談を受けます。

そこで今回は、**ウェブの来店数が増やしたい！**という店舗様に向けて再度「**口コミの重要性**」をお話しさせていただきます。

過去に配信している内容になりますが、「**口コミ**」についても一度ご確認お願いいたします。

直営店では昨年夏より、グーグルの口コミの強化を進めてきました。

その結果 WEBからの来店数は約1.5倍にまで上がり、コロナの時期にも関わらず、来店数は増加したという結果となりました。

WEB来店成約数 20年7月 613件 → 21年4月 937件 ※増店分含まず
月1-2件だったWEB来店が、20件以上に増えた店舗もあります。

◆「口コミ」の重要性について

お店に行くときに、グーグルマップを利用される方が多いと思います。

その際に口コミの評価は、自然と目に入ってきますし、その時に評価が悪いと

行くのをやめるか考えたり、ほかに良い評価をお店がないか調べたりします。

例えば、折込チラシで来店を決めても、行く途中で断念しているかもしれません。

また google で検索すると、検索キーワードの上位より上部に MAP の方が表示されるため、グーグルマイビジネス、口コミを強化することが本当に重要となります。

なお直営店の投稿数と評価の参考として、以下となっています。

横浜本店 ★4.5 投稿数 293

横須賀中央店 ★4.8 投稿数 248

特に口コミは無料でできる販促ツールですので、是非ご活用ください。

◆口コミを集めるために準備

まず「各店舗」でグーグルマイビジネスの登録が必要となります。

※インターネットで「グーグルマイビジネス登録方法」で調べてみてください。

↓

登録後に独自広告の申請も必要となりますので、ご注意ください。

登録が終わりましたら、まずはご自身で是非書き込んでみてください。

◆獲得する心構え

直営店では月間 15 件以上の口コミ獲得を目標として取り組んできました。

ここで大切なことは、目標を持って行動することです。

「うちは年配の方が多いので」「スマホは持ってない」などと思うかもしれませんが、直営の平均年齢は 57 歳です。※4 月実績より直営のスタッフが特別な能力を持っているわけではありません。やるかやらないかです。

できない理由を探すのではなく、どうしたらできるのかを考えましょう。

少し長くなりましたが、

以下は、私がマネージャーだった時代に、店舗スタッフに共有していた内容です。

◆口コミを獲るポイントとして

①その場で書いてもらう

帰ってからでは書きません。その場で書いてもらいましょう

②満足してもらっている方、顧客に書いてもらう

必ず全員にアプローチします。

特に気に入ってもらっているお客様には絶対記入してもらうこと

●口コミをもらえない＝気に入ってもらえていない＝信用してもらえていない＝「ほめる・共通項」ができていない

基本ができていない事になる

③時間を伝える

「投稿は約〇分ほどで、簡単ですので是非ご協力ください」

めんどくさい。長そう。と思っている方は多いです。

④励みや今後の改善につながることを伝える

「ご協力お願いします」の一言が大切です

⑤査定中にもアプローチしてみる

交渉、買取後だけでなく、

「査定中に、店の雰囲気とかご記入いただけないでしょうか」

⑥価格交渉の材料にする。特典を用意する。

「口コミをご記入いただければ、ご希望の金額まで頑張らせてもらいます・・・など」

※グーグルの規定で「クチコミの謝礼としてお金を渡したり、受け取ったりしないでください。」

とありますので、表立ったキャンペーンとかはしないでください。

など、他にも方法はあります。

口コミは徐々に効果が現れるツールです。1件取ったら来店がすぐ増えるというものではありません。日々1件でも多くの口コミ、良い内容がもらえるように営業をしてください。