

※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.	669	配信日	2026/3/19	ジャンル	集客
テーマ	アポ獲得率を高める 「下の下訴求」の重要性				

今回は、お客様の来店ハードルを下げ、アポイント獲得率を向上させるための重要なテクニックである「下の下訴求」について共有いたします。

■ アポ取りの流れ

アポイント獲得の基本となる4つの流れの中から「②下の下訴求」にフォーカスします。

① 興味付け

- ・人で惹きつける：豊富な商品知識を披露し、「この人に見てもらいたい」という信頼感を醸成する。
- ・金額で惹きつける：「おたからやなら高く買い取ってくれそう」という期待感を煽る。

② 下の下訴求（★今回のテーマ）

- ・来店ハードルを極限まで下げる。
- ・値段がつかないと思われるもの、捨てようとしているものからアプローチする。

③ 優先順位を上げる

・「早く持ち込み査定をした方がお得だ」と認識していただく。日常で低くなりがちな「買取店に行く」という行動の優先順位を引き上げる。

④ 高単価の引き出し

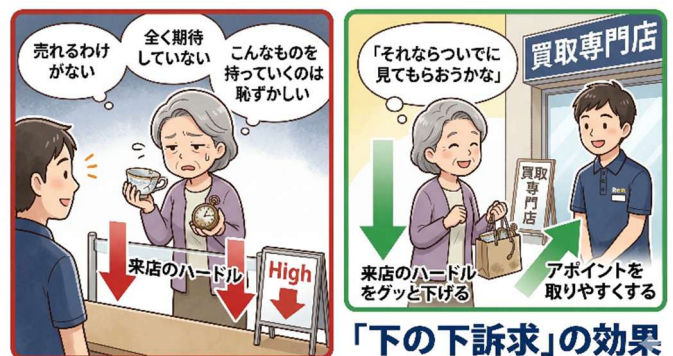
- ・会話の中から、最終的な単価を上げるための高額なお品物を引き出す。

■ なぜ「下の下訴求」が必要なのか？

高額商品を狙うと信用が必要でアポは取りづらくなります。そこで有効なのが、売れると思われていない品物からアプローチする「下の下訴求」です。これにより来店ハードルを下げ、アポイントを取りやすくする効果があります。

■ 「恥ずかしい」を安心に変えるアプローチ

お客様の中には、単価が高いお品物であっても「買ったのが相当前だから」「状態が悪いから」という理由で、「お店に持っていくのが恥ずかしい」と感じ、**ご自身からはお話しされない**方が多くいらっしゃいます。これを解消するためには、スタッフ側から「極端に状態の悪い例」を挙げ、先回りして安心させることが効果的です。



【訴求に使いやすい「下の下」の具体例】

- ・ 貴金属：千切れたネックレス、片方だけのピアス、石が取れたり、変色した指輪
- ・ ブランド品：内側がベタベタに剥がれたバッグ、カビが生えた鞆、ファスナーが壊れた財布

【お伝えする際のポイント】「何でも買います」と抽象的に言うのではなく、「千切れたものや、ベタつきがある状態でも皆さんよくお持ちになりますよ」と具体例を添えましょう。あえて「状態の悪い物」を歓迎する姿勢を示すことで、お客様の心理的ハードルが下がり、結果として隠れた高額商品の持ち込みに繋がります。

■ まとめ

高いものからアプローチするのではなく、「できる限り来店ハードルを下げること」こそが、アポイント獲得の近道です。改めて「下の下訴求」の重要性を店舗全体でご理解ください。