

※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.	708	配信日	2026/9/11	ジャンル	集客
テーマ	接客におけるアポ取り①～アポ取りは、目の前の接客から始まっている～				

直営店では、日々の店舗運営の中で「アポ取り」を非常に重要視しています。

新規のお客様の来店をただ待つだけではなく、接客したお客様と次回来店の約束をしたり、ティッシュ配りなどを通じて新たな来店につなげたりと、自分たちから来店のきっかけをつくることが重要です。

では、接客したお客様を次回のアポにつなげるためには、何が大切なのでしょうか。

まず意識していただきたいのは、アポ取りは「次回もこの人に見てもらいたい」と思っていたくところから始まっているということです。

お客様にとって一番の興味づけになるのは、商品やキャンペーンだけではありません。

「査定員自身」も大きな興味づけの一つです。

「この人なら安心して相談できる」「またこの人に見てもらいたい」
「次もこの人に売りたい」

そう思っただけの接客ができれば、次回の来店につながる可能性は大きく高まります。つまり、アポ取りの第一歩は、目の前のお客様に対して良い接客をすることです。

そして、もう一つ大切なのが、お客様が他に何をお持ちなのかを、会話の中から具体的に引き出すことです。

「何でも買い取りますので、何かあれば持ってきてください」

これだけでは、お客様自身も何を持ってくればよいのかイメージできません。

例えば、時計をお持ちいただいたお客様であれば、「時計は他にもお持ちですか？」と自然に聞いてみる。

また、50代の男性のお客様であれば、「先日、昔使っていたカメラをお持ちいただいた方がいて、思わぬ金額になって驚かれていました」など、年代やお客様との会話に合わせて具体的な品物を提案することも有効です。

さらに、切手やテレカなど、比較的多くのご家庭に眠っている身近な品物から話を広げる方法もあります。

大切なのは、漠然と「何かありませんか？」と聞くのではなく、会話を通じてお客様の頭の中に「そういえば家にあったな」をつくることです。

まずは、

① またこの人にお願いしたいと思っただけの接客をする

② お客様が持っている品物を具体的に引き出す

この2つを意識して、次回の来店につながる接客を実践してみてください。

