

## 第35回 「キュー」を送る

商談のクロージングをあなたはどのように工夫しているだろう。今回は「キュー」を送ることを提案したい。

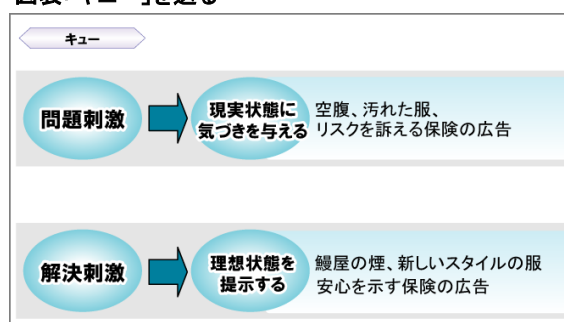
ここでいう「キュー」とは、テレビ局の番組ディレクターが、出演者に向かって、演技や話、歌などを「開始してください」と指示する時に使われる、あの「キュー！」である。

商談でのキュー出しの仕方は、第33回でご案内した「プロスペクト理論の活用」も有効であり、「買わないことによって生じる損失を強調して伝える」こともクロージングの説得に有効だ。今回は、これに加えて「問題刺激」と「解決刺激」という方法をご案内する。

### (1) 問題刺激：現実の状態に気づきを与えること

例えば、「洋服が汚れていますが、お気づきですか？」といったもので、ここにプロスペクト理論の活用を加えると「自動車の任意保険に入っていないと、こんなに大変ですよ！」といったものになる

図表「キュー」を送る



### (2) 解決資源：理想的な状態を提示すること

例えば、「新しいスタイルの洋服を買えば、あなたが流行に敏感な人だと思われまよ」といったもの。鰻屋さんの煙も、鰻を食べた後の満腹感、満足感ということを想像させる役割を担っていると捉えることができる

商談クロージングの時のあと一押しの説得話法として、問題刺激や解決刺激といった方法を活用してみてはどうだろうか。