

# 現場を観るポイント

日常生活の購買行動から



<http://www.NomotoYasuhide.Com>

**you**  
Consultants  
YOU CONSULTANTS INC.

こんにちは。

野元泰秀です。

今回は、現場を観るポイントのお話です。

ところで、買い物やお食事をされますか？

コンビニ、レストランなど等日常生活の一部としてありますよね。

ここにも商売のヒントが満載です。

コンサルティングのトレーニングの方法の一つでもあります。

「岡目八目」。他人のことはよくわかるというもの。

今回のお話のポイントの結論です。

おわかりになられた方は、もうお読みになる必要はありません。

もう少し読んでみようと思う方。お付き合い下さい。

しかし、どうすればいいのでしょうか？

カンタンです。

そうです。

お店に行って、観ればいいんです。

私が特にオススメしている事は、

**繁盛店と繁盛していないお店に、お客として行って観る。**

行く際、行った際のポイントは・・・

「何故この店はこんなに繁盛しているのだろう？」

「どんなものを売っているのだろう？」

「いくらものものを売っていくら利益があるのだろう？」

「どれくらいお客さんが来ているのだろう？」

「お客さんが来る理由はなんなのだろう？」

「お店作りで上手なところはどこだろう？」

いくつもの疑問を持つこと。

そして、上から下まで。右から左まで隅から隅まで見ることです。

そこで、お客様として扱われて下さい。

そして、実際にお金を支払うことで、当然ながら繁盛店の接客のやり方やお金を払った後にどのようなサービスが付加されてくるのか、買った後にどのようなご案内があるのかが分かることとなります。

高額商品になると、実際に購入してみるということは少し難しくなるのですが、高額商品であっても実際にお客様になりきって商談を進めてみるというのも非常に大事なことです。

高額商品を扱っているお店や会社はそれなりにセールス・お店作りなどよく考えられているはずですから、その部分を十分に体験して参考にされることは非常に大事なことです。

業種は違いますが、通信販売の大手にサンプル請求やモニター募集をされると、学びになることが、本当に多いのには驚きます。

又、繁盛店以外のダメなお店に行くことが必要です。

出来れば、同じ業種のお店に行ってください。  
どこが良くて、どこがダメなのか、頭と身体がハッキリとを感じるはず。

人間の身体は、誰しも同じ。  
目は二つ、前方しか見えません。  
視界も限られています。通常見える範囲と無理に見ようとする範囲は違います。  
当たり前のことですが、気付いていないところが多いように感じます。

その看板の位置じゃ、ぜんぜん目立たないよ。  
そこに、POPもおいても気づかないんじゃないの？  
その陳列では何を売りたいのか、意味不明・・・

たくさん気付くことがあるはず。

先日、九州の湯布院（温泉で非常に人気の高いリゾート地）でセミナーを行いました。そこで「現場を観る」ということを参加者の皆さんと一緒に実践したのです。セミナーの中で、現場を観るコツを少しだけお話ししました。

すると・・・

日頃お店に行かれてもなかなか見えてこなかったものが、突然見えるようになる。

これは「**見よう（観よう）とすること**」がいかに大事かということ。

例えばお店の入口の段差、照明、POP、メッセージ、商品のパッケージ、色々なところに目が行きます。

そしてなぜそのようなことがなされているのだろう、どういう効果があるのだろうか、考えてみるときりがありません。良い意味で考えさせてくれるお店では、ついつい長居をしてしまいそうです。

結果、現場を見る（観る）ことがなぜ必要なのかということ、たくさんの現場を観ることによって当然競合店や繁盛店のヒントをもらえることになります。

そしてたくさんのヒントから**自分のところに置き換えてみる**。

自分のお店・会社にどのように置き換えたらいいんだろうか？  
自分の店ではもう少しここよりも良くできるのではないかとか。

細かいところに気を配り、店作りされているということは非常に意味があり、工夫の結果でもあります。

お店を見るということは、小売業だけに限らず、顧客対象が法人の方や、製造業の方もヒントがあるはずです。

商売（商い）の基本のベースは同じことだと思います。

ここで注意事項。

自分のところでは、出来ないなあ。  
自分のところとは、商品が違うし。  
自分のところとは、お客が違うし。

そりゃあ、違いを見つけるのは誰でも出来ます。

## だ・か・ら！

考えて欲しいんです。

何がヒントになり、どの部分が参考に出来るかを。

例えば、私。

コンサルタントとお店。

お店構え = 私の髪型、表情、服装

私の履いている靴がボロボロだったら・・・、着ているスーツのカッターシャツがヨレヨレだったら・・・ 信用出来ますか？

お店の接客 = コンサルティングの態度

私が、高飛車で横柄であれば誰からも見向きもされません。

繁盛店は、謙虚と自信が同居しています。

自分もそのようになりたいと努力し、心がけています。

いかがです？

一部でも、置き換えることが出来ますよね。

高額なセミナーやコンサルを受けなければ、学びや気付きがないわけではありません。  
(それは、それで効果がありますよ。勿論です。)

しかし、自分の日常生活に問題意識を持つだけで、たくさんのヒントが得られます。

異業種にこそヒントあり！です。

「観る」という言葉を使ったのも、観察していただきたかったからです。

今までと違うものが見えてくることは、間違いありません。

騙されたと思って、試してみてください。

### 警告

このレポートに収録されている文章及び内容については、ダウンロードした方がご自身で読み、ご自身のために役立てる用途に限定して無料配布しています。

このレポートを、販売、オークション、その他の目的で利用するには、著作権の許諾が必要になります。

このレポートに含まれている内容を、その一部でも著作権者の許諾なしに、複製、改変、配布を行うこと及びインターネット上で提供する等により、一般へ送ることは法律によって固く禁止されています。