

# 『7つの質問シート』

## 第1の質問

『あなたの〇〇についてのお悩みはなんですか？』

〇〇には、あなたの商品やサービスについてが入ります。

例えば『集客コンサル』の方であれば、  
『あなたの集客についてのお悩みはなんですか？』という感じです。

この質問では、見込み客のお悩みの内容を把握していきます。

セールスの第1段階は、お客様の悩みを把握することです。

人は誰でも悩みがあります。

それが顕在化しているものもあれば、  
潜在意識の中に悩みがあり本人が自覚していない場合もあります。

## 第2の質問

『そのお悩みについて具体的に教えてください』

第1の質問で聞いたことをより具体化していきます。

こういった質問をし答えてもらうことによって、  
相手の頭の中で考えていたものが出てきます。

人間の脳はかなり回転が速く、  
その6分の1も言葉にできていません。

悩みがグルグルしてしまう人の大半も、  
脳の回転の速さについていけないからこそ起きます。

なので口に出してもらうことによって、  
お客様自身も今気づいた！  
そんな闇が出てくるようになります。

また、声にしてもらうことで、相手はそれを耳で聞きます。  
そのため、自分自身の悩みを自分でインプットすることになり、  
よりその悩みの解決に真剣になってくれるのです。

## 第3の質問

『そのお悩みはどれくらいの期間続いていますか？』

多くの方は、悩みがどれくらい続いているのかわかっていません。

しかしこの質問をした時、ほとんどの方が、  
自分自身の悩んでいた期間の長さにビックリされます。

それくらい自覚がない状態で、長い間悩んでいます。  
そして、その状態を自覚してもらうことが、すごく重要です。

自覚してもらうことで、お客様が悩みを『自分ごと』として捉えてもらえるよう  
になり、  
『自分ごと』になった悩みは解決したくなります。

その結果、あなたの商品・サービスが悩みの解決に役立つとわかると、  
お客様は自ら購入してくれるようになります。

## 第4の質問

## 『もしこのままその悩みが解決できなかつたら あなたは何を失いますか？』

人の行動原理は2パターンだと言われています。

それが  
『快樂』を得るための行動か  
『痛み』を避けるための行動です。

この第4の質問は、別名『痛み』のワークと呼ばれるものです。

現状に対しての痛みや、  
現状維持のままでの将来的な痛みを感じなければ、  
お金を出してまで解決しようと思いません。

また、痛みを感じてもらう最大のメリットは、  
即断してもらえるようになるからです。

基本的にセールスは持ち帰られると、  
成約率は大きく落ちます。

それを回避するためにも、  
第4の質問を大事にしてくださいね。

## 第5の質問

### 『そのお悩みがどうなったら理想ですか？』

第4の質問では、『痛み』に関してでした。

第5の質問は、『快樂』についての質問です。

人はどんな時に購入を決意するのかというと、  
『感情が動いたとき』です。

そして、感情が簡単に動く瞬間があります。

それが、理想の姿や未来をイメージしてもらうことです。

この時大事なのが、『ワクワク』してもらうことです。

## 第6の質問

『今応えていただいた理想の未来と  
最悪な未来どっちを選びたいですか？』

理想の未来の方がいいに決まっています。

ですがここで重要なのは、  
お客様自身に口に出して言うってもらうことです。

口に出して言うってもらうメリットは、  
口に出すことでアウトプットになり、  
自分で言ったことが耳からはいるのでインプットになります。

これによって、お客様の理想が『自分ごと』になるので、  
その理想を手に入れるためにお金を払ってでも手に入れたくなります。

## 第7の質問

『理想の未来に近づくのが私のサービスなんですが、  
より詳しい話にご興味ありますか？』

最後の質問は、オファーです。

日本人が、一番苦手なのがこのパートです。

これまでの6つの質問が機能していれば、  
断られる可能性は大幅に下がります。

第7の質問が苦手な場合は、  
下の質問を自問してみてください！

もし、お客様の悩みが解決できるのに、  
オファーしないのは正しいのだろうか？

オファーができないほとんどの理由は、  
断られる恐怖です。

しかし、正しいオファーをすれば、  
嫌われることはほとんどありません。

ぜひオファーしてみてくださいね。