

不思議と売れちゃう  
セールストークの  
組み立て方レッスン

担当 askDesign 塚田麻子

# 自己紹介

ask  
Design

## 塚田 麻子 (つかだ あさこ)

1983.12.6 茨城県生まれ

宮城県名取市在住

趣味 ヨガと旅行とグルメ

キラキラした人とモノと「くうねるあそぶ」が大好きです！

東洋大学 経営学部 マーケティング学科卒

アパレル会社 店長経験

東京 丸の内にてテナント会の総務・経理・研修運営担当



30歳の時に幼少からの憧れであったデザイナーを目指し

スクールに通い技術と資格を取得する

### 主な デザイン実績

- ・印刷会社にてDTPスタッフとして大手法人案件含め1,000件以上担当
- ・広告代理店の委託業務にて某東北野球団 新聞広告担当 など
- ・2017年よりアメブロで活動開始、2019年よりフリーランスとして独立



現在は askDesign(アスクデザイン)名義で

女性起業家の方をターゲットに

「想いを伝えるブランディングデザイナー」として活動しています

どれだけ胸の内に熱い想いを秘めていても

素敵なサービスを思い描いたとしても

「伝えることや表現が苦手」

「自分一人ではうまく形に出来ない」

というお悩みを

多くのお客様からお伺いし

デザインを通して

想いを伝えるお手伝いをしてきました



# 私がお客様に代わって 「想いを伝えられる人」になるために学んだこと

【心理学・コーチング】

- NLPプラクティショナー
- NLPマスタープラクティショナー
- LABプロフィール
- リュッシャーカラー色彩心理診断士

【バースデーサイエンス】

- ヨガ数秘カウンセラー
- 誕生色数鑑定士
- 人間性質分析



CELESTIAL COLORS AND NUMBERS  
誕生色数 鑑定書



## 私の使命

お客様が一人きりで  
夢を諦めてしまうことが  
ないように

お客様の「想い」に耳を傾け  
目に見えるものへと変えて  
人の心に伝えるお手伝いをしたい

実は先ほどの自己紹介には  
とある理論を2つ取り入れていました。

1つ目が **動機づけ**

2つ目が **優位感覚**

# 不思議と売れちゃうためには

## 動機づけ（興味を持ってもらう）

「私に関係のある内容だな」

「もっとこの人から話を聞いてみたいな」

## 信頼関係

「なんかこの人好きかも！居心地がいいな」

「この人なら私の悩みを解決してくれそうだな」

## 売り込みと思われない状況

相手が興味を持って（**動機づけ**が出来ている）

自主的に話を聞いてくれる状態

相手がいリラックスしている

（**信頼関係**がある）



「この人にならお願いしたいな」

興味を持ってもらう → 動機づけ

信頼関係 → 優位感覚

## このセミナーの流れ

1. 動機づけの言葉かけを学ぶ
2. 優位感覚の言葉かけを学ぶ
3. 実践編

## このセミナーのゴール

売り込み感を無くして  
相手に合わせて  
上手にセールスが出来るようになること

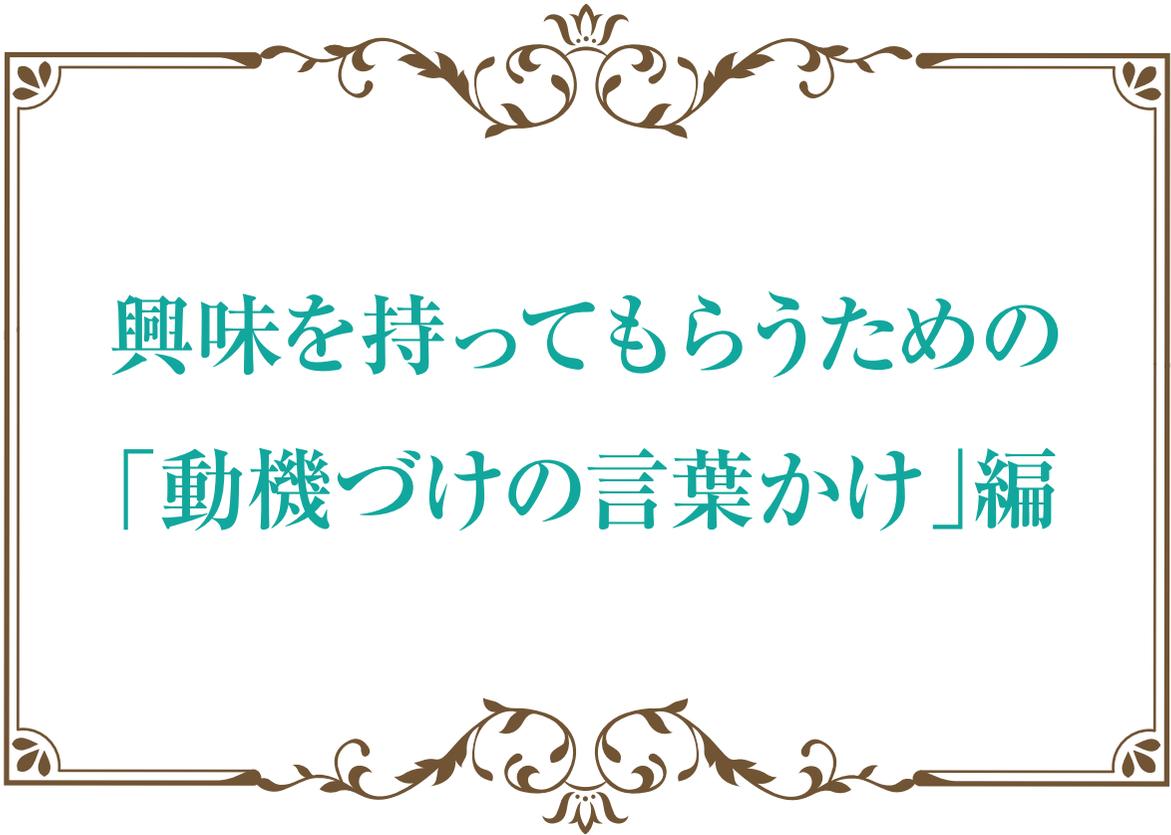
理論を理解した上で  
日常的に取り入れていただくこと

## ～自己紹介タイム～

2人一組になって

自分の仕事の魅力を

相手に伝えてみましょう

A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns at the top and bottom centers, and small leaf-like motifs at the corners. The text is centered within this border.

興味を持ってもらうための  
「動機づけの言葉かけ」編

人は同じ言葉を投げかけても  
響く人と響かない人がいる

そして同じ言葉でも

人のやる気を刺激する言葉かけになるか  
人にやる気を失わせる言葉かけになるかは  
相手の方のパターンによって異なる

**「コミュニケーションの意味は受け取る反応にある」**

## ケース①

### 電波時計を買う場合

「正確な時刻を表す時計」

「時間が狂わない時計」



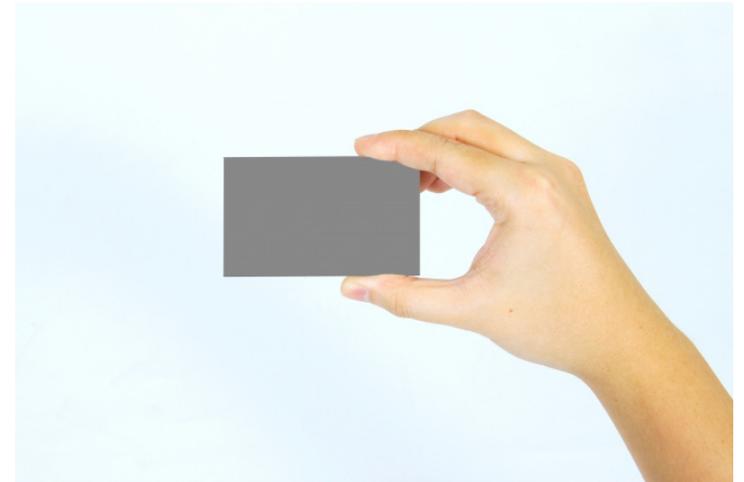
あなたはどっちがしっくりきますか??

## ケース②

### 名刺を作る場合

「あなたの魅力が伝わる名刺」

「簡単に捨てられない名刺」



## ケース③

### 整体のサービスを受ける場合

「身体をしっかりと整えてあげる」

「痛みを繰り返さないためにも」



人の方向性(動機づけ)は

**目的志向型**

**問題回避型**

に分かれています

次のページから具体的な説明をしていきます

まずは2つのタイプの違いを知ろう

## 目的志向型の方の特徴

- 目的に意識を集中する
- 目的達成という観点から物事を考える
- 問題点を認識するのが苦手
- ゴールがあるとモチベーションが上がる
- ゴールがないとやる気を失う

「正確な時刻を表す時計」

「あなたの魅力が伝わる名刺」

「身体をしっかりと整えてあげる」



# 目的志向型の方のやる気を引き出す話し方

～したいですね

～になったらいいですね

得る

入手する

掴み取る

達成する

## 問題回避型の方の特徴

- 解決すべき問題や避けるべき事態があるとやる気になる
- 問題解決や障害の予測が得意
- 目標に意識を向けるのが苦手

「時間が狂わない時計」

「簡単に捨てられない名刺」

「痛みを繰り返さないためにも」



# 問題回避型の方のやる気を引き出す話し方

避けたいところですよね

～しないように

～しなくていいように

取り除く

除外する

回避する

# 相手のタイプを理解するとこんないいことがある

その人に合わせた話をしてあげられる  
(動機づけができる)

その人の言動の理由が理解できる

無意識下で信頼関係を築きやすい

人はどうしても

自分のタイプが標準だと無意識に考えがち

自分基準の伝え方に偏っていると

相手のタイプが異なった時

「そういうことでは、ないんです」

「うーん…」というミスマッチの反応が起こる



売れにくい

- 良し悪しではなく個性と役割である
  - 誰しもが両方を持ち得ている
- コンテキスト（背景）によって使い分けている
  - お仕事モード
  - 家族という時

## ～シェアタイム～

ペアになって、お互いに  
自分とはどちらのタイプなのかを  
シェアしましょう

自分とは違うタイプの方に  
興味を持ってもらえる伝え方を  
考えてみましょう

# 相手がどちらのタイプかを把握するには？

## 話し言葉から分析するのが有効

もし、一対一で質問が出来る間柄であれば

「ちょっと質問させてください」と

許可を取ってから

「どうして(どのように)大切なのですか？」

と曖昧な質問を繰り返して行う

私(デザイナー)の場合…

「チラシを作ることは

〇〇さんにとって、どのように大切なのですか？」

↓(他には何がありますか?)

「メニューがよく分からないと言われないように」

「忘れられてしまわないように」

「他の商品にも興味を持ってもらいたいから」

「そうですよね。

チラシを作ること、もう

メニューがよく分からないと言われないうように

忘れられない、興味を持ってもらえる

チラシを作りましょう」



相手の方の反応

「そうそう!嬉しい!伝わった!安心!楽しみ!」

相手がどちらのタイプか  
分からなくても大丈夫!

オウム返し+双方に効果のある  
伝え方をすればOK

「時間が狂わない、正確な時刻を表す時計」

「魅力が伝わる、簡単に捨てられない名刺」

「痛みを繰り返さないために  
身体をしっかりと整えてあげましょう」

# webなどの不特定多数の方が閲覧する ワードにも利用可能

例) 私のアメブロヘッダー



一度見たら忘れられない

女性起業家のための「想いを表現」する

おしゃれなオリジナルデザインを制作します

A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns at the top and bottom centers, and small floral motifs at the corners. The border is dark brown.

信頼関係を築くための  
「優位感覚」編

# 優位感覚とは？

**V** (Visual)

視覚的傾向

**A** (Auditory)

聴覚的傾向

**K** (Kinesthetic)

感覚的傾向 (嗅覚、味覚含む)

人が情報を処理したり、整理したり、  
意味づけをしたりする際に主として用いる感覚は  
人によって異なっています

大抵の人は…

目も見えるし

音も聞こえる

身体感覚もあります

「優位」の感覚ということを  
念頭に置いておいてください

人は自分の利き腕(右・左)は  
自分でも把握をした上で対処していますが  
優位感覚は分かりやすいものではありません

相手の優位感覚を知ることは  
相手の利き腕を理解した上で  
適したツール(ハサミ)を  
渡してあげるようなもの



# 優位感覚を理解するとこんないいことがある

その人に合わせた話をしてあげられる  
(印象づけができる)

その人の言動の理由が理解できる

無意識下で信頼関係を築きやすい

次のページから具体的な説明をしていきます  
まずは3つの優位感覚の違いを知ろう

# 優位感覚の説明

## V (Visual)

## 視覚的傾向

- 話すスピードが早い
- 目がよく上に動く
- こまめに動いて見せたりする
- ビジュアルが大事
- 視覚的な言葉をよく使う

(あの人は笑顔が輝いている、～を見て欲しい  
先が見えない)



## Vさん(視覚優位)の方がよく使う言葉

- ・目に入る
- ・狙いをつける
- ・暗い
- ・眺める
- ・光を放つ
- ・ビジョン
- ・目に見えて
- ・観察する
- ・雲がかった
- ・焦点を合わせる
- ・監視する
- ・見えない
- ・透明
- ・イメージする
- ・ぼんやりする
- ・光景

# 優位感覚の説明

## A (Auditory) 聴覚的傾向

- 話すスピードはVとKの間
- 目がよく左右に動く
- 擬音語を使う、ひとり言を言いながら考える
- 耳に残る言葉やデータ、エビデンスが大事
- 聴覚的な言葉をよく使う

(あの人とはリズムが合わない、心の叫び  
色がうるさい)



## Aさん(聴覚優位)の方がよく使う言葉

- ・聞こえる
- ・言う
- ・話す
- ・叫ぶ
- ・ガヤガヤする
- ・伝える
- ・共鳴する
- ・口ずさむ
- ・耳を傾ける
- ・鳴る
- ・指を鳴らす
- ・くどくど言う
- ・不協和音を出す
- ・ガーンと鳴る
- ・静か
- ・ため息をつく

# 優位感覚の説明

## K (Kinesthetic) 感覚的傾向 (嗅覚、味覚含む)

- 話すスピードとテンポがゆっくり
- 声のトーンが低い
- 目がよく下に動く
- ビジュアルや理屈よりも実感が大事
- 感覚的な言葉をよく使う



(話がつかめない、重くのしかかる、身が入らない  
雑味がある、鼻から抜ける感じ)

## Kさん(感覚優位)の方がよく使う言葉

- ・感じる
- ・手探りする
- ・冷たい
- ・バランスをとる
- ・ショック
- ・柔らかい
- ・曲げる
- ・神経に触る
- ・繋ぐ
- ・鋭い
- ・温かい
- ・よろめく
- ・おちる
- ・支える
- ・持ち上げる
- ・探る

# 優位感覚が違ふとこんなに世界が違ふ①

## お洋服のお買い物物の例

Vさん パツパと商品を見たい、話しかけられたくない  
鏡に映った自分を見る

Aさん 一点物、オススメ、ストーリー、効果などに弱い  
店員さんからの言葉が欲しい

Kさん 肌触り、手触り、着心地を確かめる、試着したい



## 優位感覚が違ふとこんなに世界が違ふ②

### レストランの例

Vさん 写真が載っている料理を頼む  
言葉だけだとイメージしにくい

Aさん 店員さんのオススメやメニューの響き  
低温調理～や旬のものなど

Kさん 「昔懐かしい…」箸で切れる、歯ごたえ  
味や香りが想像出来るもの。凝った創作料理よりも定番を好む



# 優位感覚が違ふとこんなに世界が違ふ③

## 登山の例

Vさん 頂上や道行く景色が楽しみ  
写真撮影や植物観察

Aさん ○時間かけて標高○mの山に登り  
気温は○度  
鳥などの自然の声や声かけ

Kさん 山登りの体感や空気感を味わう  
山頂でのコーヒータイム



## 優位感覚が違ふとこんなに世界が違ふ④

### 過去の記憶や未来(想像)へのイメージ

Vさん (過去) 相手の表情やシーンの絵  
(未来) 輝いている自分の姿

Aさん (過去) 人から言われた言葉や言葉の抑揚・トーン  
(未来) ○○の人と呼ばれる、キラキラとした

Kさん (過去) 身体の反応(胸がぎゅっとする)  
(未来) 体感、胸の奥からワクワクが湧き上がる



# Vさん(視覚優位)に理解してもらうには

- テンポを合わせる(早め)
- 目で見えるものを用意する  
(表、グラフ、絵など)
- 視覚的な表現をする
- 綺麗なプレゼント、服装など  
ビジュアルに力を入れる

## Aさん(聴覚優位)に理解してもらうには

- テンポを合わせる(中間)
- 「そんなこと分かるだろう」と  
思わずにとにかく言葉にする
- 一言でいいから声を掛ける  
耳元で囁く  
「任せてください」などと言う

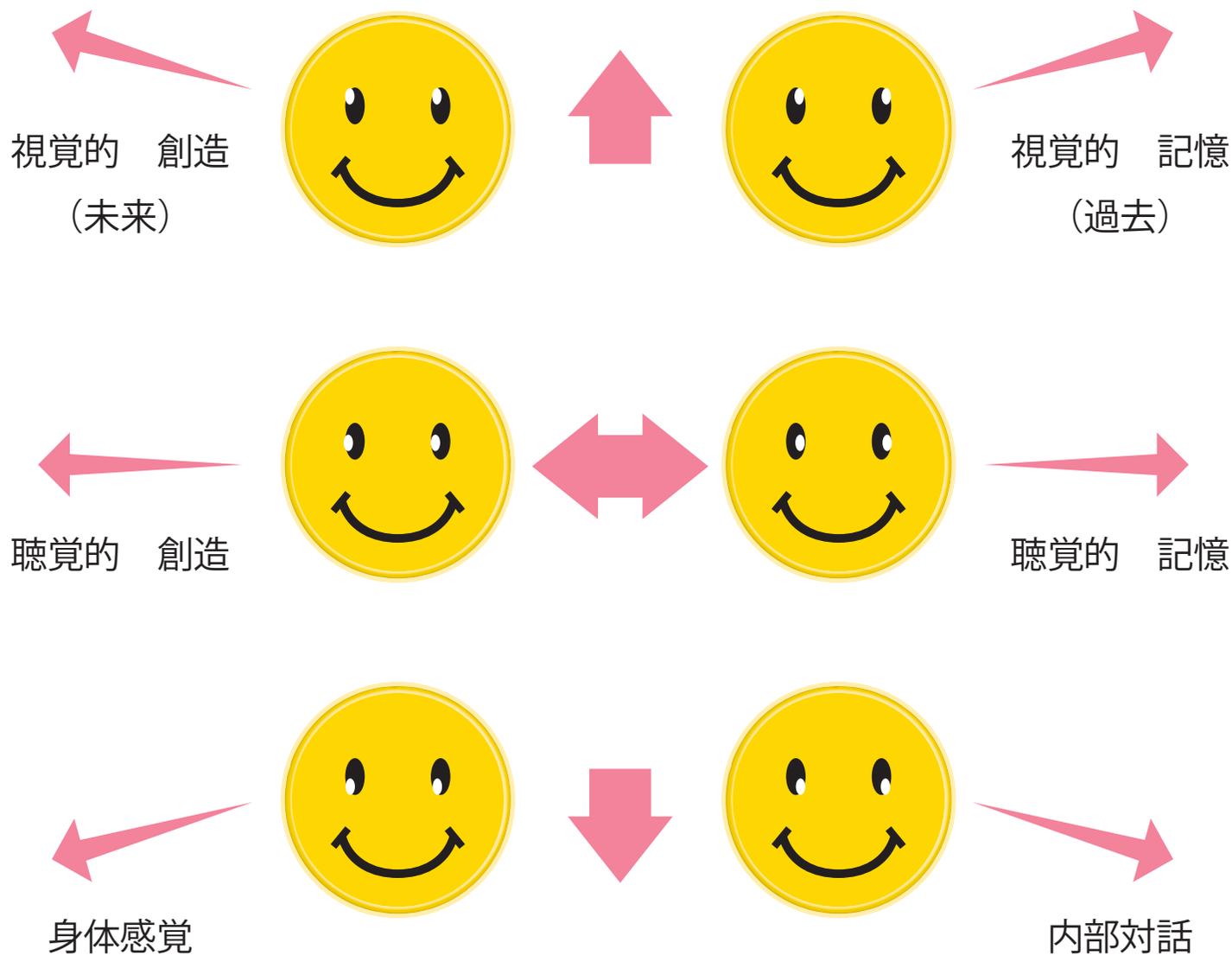
## Kさん(感覚優位)に理解してもらうには

- テンポを合わせる(ゆっくり)  
話を遮らずに待つ
- 膝や肩などをポンと叩く
- 体験をしてもらう
- 感覚的な言葉遣いをする
- デザインよりも感触。効率より触れ合い

# 補足

## 目の動きについて

※自分から見た時の相手の視線  
※左利きの方は逆



## ～シェアタイム～

ペアになって、お互いに  
自分は何のタイプなのかを  
シェアしましょう

自分とは違うタイプの方に  
興味を持ってもらえる伝え方を  
考えてみましょう

# コンテキスト(背景)によって使い分けている

お仕事モード

家族といる時

学習スタイル

「やってみせ(KとV)、言って聞かせて(A)

させて(K)みて、褒めて(A)やらねば人は動かじ」

by 山本五十六(日本の海軍軍人/軍司令官)

## 優位感覚に合わせたセールストークをすると…

相手のフィールドに入って

コミュニケーションが取れるため

「お話をされていて心地がいいな」

「安心できるな」

「理解してもらえそうだな」

という印象を与えることができます



信頼関係を築きやすくなる

A decorative rectangular border with ornate floral and scrollwork patterns at the top and bottom centers, and small floral motifs at the corners. The border is drawn in a dark brown color.

不思議と売れちゃうための  
実践編

## ここまでのおさらい

不思議と売れちゃうためには…

### 1. 動機づけ (興味を持ってもらう)

**目的志向型 / 問題回避型**

- ・相手の話し方を取り入れる  
(～したい / ～しないように)

## 2.信頼関係を築く

### 優位感覚 (V / A / K)

- 話すペースを合わせる
- 相手がよく使う言葉を取り入れる

# 不思議と売れちゃう状況

まずは全ての感覚に  
マッチした伝え方をする



相手と会話を深めながら、  
次第に相手に合わせていく  
ことが有効(オウム返し)

ちなみに…

私の使命にも入れていました

お客様が一人きりで

夢を諦めてしまうことが

ないように

お客様の「**想い**」に耳を傾け

**目に見えるもの**へと変えて

**人の心に伝えるお手伝い**をしたい

## ～実践タイム～

ワークシートに  
2つの理論を使った  
簡単なセールストークを  
書き出してみましよう

**目的志向 / 問題回避**

**優位感覚 (V/A/K)**

# プラスアルファの効果的な伝え方

話す

+

ビジュアルを見せる  
物を渡す、触らせる  
体験させる



Heart  
SORUNE

理容室  
barber **SORUNE**

安心・安全 効果実感 幸せ気分！  
女性スタッフ担当 / 女性専用スペース

まるで羽根で  
触られているような  
軽いタッチの  
シェービングで  
あなたのお肌を  
滑らかにととのえます

もっと早く  
知りたかった！

秘密にしたくなる！

お肌の  
水分量が  
アップ!!

何度でも  
触りたくなる  
ツルツル肌

美眉に  
なって気分が  
上がる！

お顔の  
トーンアップで  
美白効果

小鼻の  
ザラツキが  
ツルツルに！

お顔全体の産毛をシェービング  
& 眉デザイン込み  
**シェービング 50分**  
4,620円(税込)

\*含まれる内容\*

ポイントクレンジング / クレンジ  
ング / 毛穴クレンジング(小鼻、あ  
ご) / ホットフォーム / スチーム  
シェービング / ヨーグルトパック  
/ 化粧水 / ライジングクリーム

予約電話 **045-721-4660**

定休日 毎週火曜日・第二第三月曜火曜連休(変更月有り)

営業時間 午前9:00~20:00 (18:30受付終了)

〒240-0025 神奈川県横浜市保土ヶ谷区狩場町207-2  
駐車場 敷地内2台完備



公式LINE / HP

実は今回のセミナーの内容は  
こんな所に使われています!!

アメリカ大統領の演説  
(オバマ大統領の就任式演説など)

テレビショッピング

楽天などの販売サイトやLP

使わない手はありませんね♡

売り込み感を無くして  
相手に合わせて  
上手にセールスが出来るような気がしましたか？

2つの理論のうち  
まずはどちらかだけでもいいので  
日常的に取り入れ実践してみてください！

あなたに必要な集客ツール

相談セッション

60分 5,000円

- ・事業内容と方向性の整理をお手伝い
- ・現状のツール(アメブロ/HP/名刺等)の  
チェックと具体的な改善案のご提案
- ・必要な集客ツールのご提案

# 制作実績

イメージコンサルタント  
近藤佳菜さま

## オリジナル名刺



大満足！  
自信を持ってお渡し&お見せ出来ます！  
お気に入りでテンションが上がります♡



# Before

【抱えていらしたお悩み】

- ・安っぽい印象
- ・魅力が伝わりにくい
- ・世界観を統一させたい
- ・この人に頼みたい!と  
思ってもらいたい

## アメブロヘッダー



# After



## その他デザイン

- ・公式ライン リッチメニュー
- ・インスタポスト用背景イメージ
- ・LP TOP&デザイン監修



# Design

## 制作実績

カラーセラピスト  
谷口ゆりさま

# Before

【抱えていらしたお悩み】

- ブログを見るのが憂鬱
- 何屋か分からない
- 想いが伝わっていない
- 心に届くデザインにしたい

## オリジナル名刺



こんな素敵な名刺、もらったこと  
ないですよ! ? 笑  
私にとってもお守りのような名刺です



## アメブロヘッダー



# After



## 制作実績

植物療法スクール  
上屋 香さま

# Before

## アメブロヘッダー



# After



アクセス数、フォロワー数、  
問い合わせ件数も大幅にUP!!

# ask Design



最新&特典情報 をお届け!

**LINE**  
**Official Account**



オリジナル  
待受画像  
配信中