



—私の買取接客術—

テレビ電話査定のもどかしさ 丁寧接客でストレス緩和に

高額品の買取専門店「ブランドリバリュー」などを展開するSTAY GOLD（東京都渋谷区）が、6月に「テレビ電話査定」を開始した。これによる成約率はまだ2割と道半ばだが、今後ブランドリバリュー全店で導入し、まずは対応件数を増やしていくという。リモート特有のもどかしさをどう解消しているのか。関東店舗を統括する伊藤裕樹課長に聞いた。



STAY GOLD 関東店舗統括
伊藤裕樹課長

テレビ電話での 成約率 20%

- ・ 6月より4人体制で実施
- ・ 現状は問い合わせだけの人も多い
- ・ 7月からは全店で導入予定



▲テレビ電話査定は店舗の個室で対応
▼テレビ電話査定の様子

買取利用の経験ない方にも

「気さくに話してくださって、わかりやすかったわ」。6月中旬、50代くらいの婦人から、テレビ電話を通じてチャネルのパンプを4足買い取った。1足あたりの買取額は1万5000〜2万円程。後日、近くの店舗に持ち込んでもらい、正式に成約に至った。今まで買取り屋さんを利用したことがなかったんです。テレビ電話査定が店頭・宅配・出張の買取3チャネルで、月に集める依頼は2000件近く。そこから今テレビ電話に流れるお客はまだ少ないが、徐々に増え始めている状況だという。

「モノを実際に見ても算出してもらって、従来の1つには、従来LINE査定などがあつた。だが、画像だけでは正直判断がしづらいこともある上、文字を互いに打ち込んでやりとりすることは確かに手間だ。テレビ電話であれば、映像ではあるものの、リアルタイムに対面で相談に応じることができる点はメリット。「数はこなせませんが、より適正な価格をご提示できる」

「定が生まれたことで、買取りを経験したことのないお客と、タッチポイントを持てる機会にも繋がっている。ブランドリバリューが店頭・宅配・出張の買取3チャネルで、月に集める依頼は2000件近く。そこから今テレビ電話に流れるお客はまだ少ないが、徐々に増え始めている状況だという。」

狙い

テレビ電話だけでは完結しない 買取3チャネルのどれかに繋げる

成約率20%の数字が表すように、「テレビ電話査定を利用するお客の売の気度合いは、店頭買取の利用客などと比べれば小さい」（伊藤氏）ようだ。バイヤーはお客に対し、映像を通じて提示できる査定額が最低額であることと、実際に手元で見れば査定額をプラスしてあげられることをしっかり明示し、店頭・宅配・出張買取のいずれかのアクションに繋げる必要がある。

注意

時計好きでもバックル知らない!? 部位はわかりやすい表現に変換

テレビ電話査定の場合、お客にモノを動かして、気になる部位を画面越しに見せてもらうので誘導の仕方に気をつける。時計を査定する際、「バックル」であれば「留めるところ」、「ケース」を確認したければ「正面を見せてください」などと、なるべく部位はわかりやすい表現に変換して伝える。時計好きでも知らない人はいるという。バッグでも同様。角の状態を見たいとき、「パイピングの状態は？」などと聞いてもすぐにわかる人は少ないようだ。

アドバイス

- ・「ありがとう」の言葉をたくさん
→テレビ電話の最中はもどかしさもあるが、バイヤーからお客に向けて、1つ1つの動作に「ありがとうございます」と声を掛ける。すると、お客の感じるストレスも軽減される。
- ・声は気持ち高めに
→パソコンを通じて聞こえる声は少し低くなりがちで、印象にも影響を与えやすい。店頭で接客するよりもほんの少し高い声で話すほうがちょうど良いという。

「リサ通をみた」で1ヶ月無料！



強い会社は ウリドキを やっている

☎ 03-6409-6778

ウリドキ株式会社
CEO 木暮 康雄

https://uridoki.net/ sales@uridoki.co.jp
〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂 1-19-11 道玄坂セビアビル 5F

セラーバンク

「日本語」買い取ります 自社メディアに活用



但見 雄社長

ネットサービスを運営するセラーバンク（神奈川県川崎市）が6月より、「日本語」の買取を始めた。同社の運営する「例文買取センター」でネットユーザーから日本語の例文をひとつ50円で買取り、自社の運営サイト作りに活かす。例文買取センターは日本語学習者向けに例文をまとめたサイト。特徴的なのはユーザーからの例文買取に応じる点だ。サイト上で特定の単語を用いた例文を募り、応募者はメールで例文を送付。例文が採用された場合は1文につき50円のアマゾンギフト券がもらえる仕組み。現在月3000件程度の買取を行う。現在は1日10個を上限に買取を進め、70

「利用者を増やすことで利益を上げ、更に買取価格を高めたい」と但見雄社長と意気込む。但見社長はもともと古物商で、古本の買取販売を行っていた経歴を持つ。約10年前にメディア事業に転換し、商品の配送方法などを紹介するサイトを開始。サイト内で同社に荷物の配送状況を伝えたい個人に対し、ギフト券を抽選でプレゼントする企画が好評だったことから、例文買取センターの着想に至ったという。

0ページ程度のサイトを完成させる計画。収益はHP上の広告によって発生するため、「利用者を増やすこと」