

学生募集の羅針盤スペシャルテキスト （特別版）

【学校向け】クロージングを成功させる 必勝コミュニケーション術

学校広報は学校経営の根幹を担う重要な存在です

*本テキストで紹介している対応策のメリット・デメリットの内容は全て個人的見解のため、立場により意見が異なることも考えられます。

コミュニケーション専門家 坂井敏昭

はじめに

【学校向け】クロージングを成功させる必勝コミュニケーション術

私は今まで様々な機関や業界の営業、広報担当者にコミュニケーションの指導をさせていただきました。

具体的には保険、通信、派遣、美容、営業、販売、医療などの業界や自治体、学校（大学、高校、専門学校等）になります。

その経験から、それらの業界等を超えて共通する要素は、結果を出すために必要なクロージング能力であると考えております。

ここでいうクロージング能力の定義とは「**こちらのご提案するものを成約していただくこと**」です。今回は学校向けとして「**それを達成する為に必要なコミュニケーション術**」をご紹介します。結果を出す方は以下の3つのポイントをきちんと押さえており、その逆に結果を出せない方はその点が出来ていないと考えております。

1. **警戒心解除**～警戒心を解く～
2. **興味付け**～興味付けをする～
3. **逆告白**～相手から成約したいと告白してもらう～

これらのポイントを押さえることにより生徒の入学意欲が湧き、学校のファンになった上で入学する可能性が高まっていきます。

コミュニケーションの方法というのは千差万別ですので、厳密にはマニュアル化するのは難しく、本来個別に指導していきたいところです。しかし本テキストでは、本テーマの原理原則を学んでいただくことにより皆さまに今後の傾向と対策を考えていただき、より大きな成果を出していただくことを目的としています。そのお手伝いが出来れば筆者としてこの上なく光栄に思います。

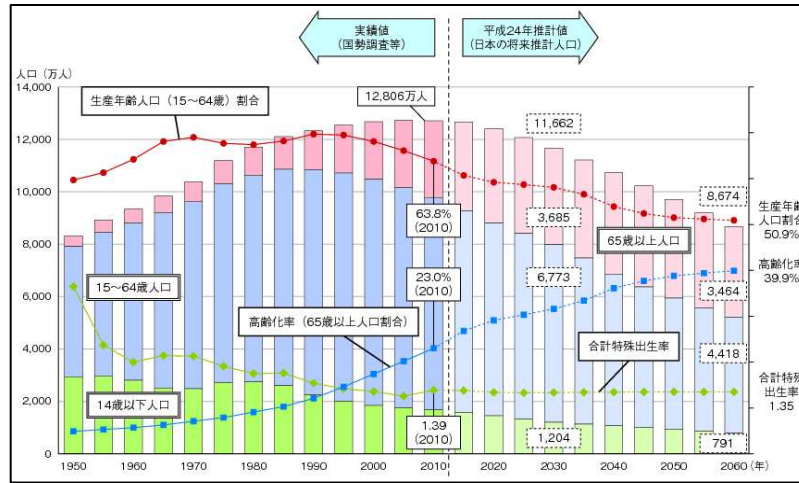
※本テキストでは上記1、2のポイントについてご紹介させて頂いております。

目次

はじめに	2
1. 学生獲得が難しい少子化時代に必要なこととは?	4
2. 交渉の鉄則キーワードは、『警戒心の除去』と『興味付け』	6
3. 『警戒心の除去』が出来ていないと興味を持って貰えません	7
4. 『興味付け』が出来なければ、どんなに丁寧に接しても入学しない	11
おわりに	12
サポートのご案内	13

1. 学生獲得が難しい少子化時代に必要なこととは？


少子化とは出生率が低下し子供の数が減少し続けることから総人口に対する子供（0歳から14歳）の割合が減少することを意味します。



（出典）総務省「国勢調査」及び「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）：出生中位・死亡中位推計」（各年10月1日現在人口）、厚生労働省「人口動態統計」

この状況を踏まえ広報として下記の理解が重要となります。

1. 認知数
2. 対話数
3. 入学数



どのくらいのパーセンテージで次のフェーズに移行するのが重要！

【学生獲得に必要なこと】

1. それぞれの母数の多さ
2. 次のフェーズに移行するパーセンテージ

それぞれの解説を致します。

1. 認知数…Web や口コミ、紹介、その他で認知してもらった数。
2. 対話数…学校に興味のある方と対話した数。
3. 入学数…実際に入学した数。

ここで考えないといけないことは「1. 認知数」が今後の少子化の影響により減少していくことです。それにつれて「2. 対話数」、「3. 入学数」についても減少していく傾向があります。このようなことから重要になってくるのが「1. 認知」から「2. 対話」ができる確率を上げていくことなのです。そして「2. 対話」から「3. 入学」にする確率も上げていくことが重要です。その確率を上げるためには、『クロージングに必要なコミュニケーション能力』が重要なのです。

詳しくその方法をご説明したいと思います。

2. 交渉の鉄則キーワードは、『警戒心の除去』と『興味付け』

経営の神様であるドラッカーは、コミュニケーションを単なる意思伝達ではなく「こちらの期待しているとおりに相手方を動かし、行動してもらうためのマネジメント手段」つまり交渉行動というように捉えています。またコミュニケーションとは「人を動かす手段である」とも述べています。では人を動かす為にはどのような要素が必要なのでしょう？それこそが「警戒心の除去」と「興味付け」となります。

初対面のコミュニケーション時には人は他者に対して警戒心をもっています。特に積極的な広報や営業担当者に対して尚更に警戒心を覚えます。警戒心を抱くと『本当に為になるのであろうか？』『金銭的に損をしないか？』『いいように騙されないであらうか？』ということを考えるものです。このような警戒心をもった心理状態ではこちらの良さを理解してもらうことは難しい状況になり交渉は成立しません。そのような警戒心を解いて安心感を与えるテクニックが「警戒心除去法（3コンセプト）」です。

次に興味付けとは、自分（学校）に興味をもって貰うことです。ドラッカーは「相手に分かる言葉で、相手の関心は何かを知り、関心を引くように伝えなければ人は動かない」と述べています。このようなことから入学してもらうためには興味を持って貰うことが重要です。そして相手に分かる言葉で話すこととなります。これは、興味付けにおいてとても重要なことなのです。

人を動かす為に必要な交渉の鉄則キーワード

1. 警戒心の除去
2. 興味付け

3. 『警戒心の除去』が出来ていないと興味を持って貰えません

先ほどお伝えした2つの要素のうちの1つ『警戒心の除去』が必要ということをご理解いただけたと思います。そこで「警戒心除去法3コンセプト」を通して警戒心の除去はどのように行うのかについてご説明させていただきます。

警戒心を解くための3コンセプトとは、1. ファーストコンタクト警戒心除去法、2. 会話進行中警戒心除去法、3. 発生警戒心除去法であり、それぞれのコミュニケーションの進行段階で警戒心除去のポイントが変わっていくというものです。

「警戒心除去法の3コンセプト」

1. ファーストコンタクト警戒心除去法
2. 会話進行中警戒心除去法
3. 発生警戒心除去法

それぞれのコンセプトでポイントとなる部分をいくつかご紹介いたします。

1. ファーストコンタクト警戒心除去法

こちらは初対面における警戒心の除去を目的とします。初対面のポイントとしては以下の3つがあります。

1. パーソナルスペースを意識した話しかけ
2. 驚かせない話しかけ
3. 親身ではない話しかけ

1. パーソナルスペースを意識した話しかけ

近づきすぎたり、後ろから話しかけたり、真正面からの話しかけは警戒心を抱かせます。これは自身のテリトリーを守りたいというパーソナルスペースが作用しているからです。これらのことを意識して話しかけてみて下さい。

2. 驚かせない話しかけ

突然の大声での話しかけや、気配を消していきなり背後から話しかけをすると相手を驚かせてしまい危機意識が芽生えてしまうということがあります。このようなことを避けるために、安心して話ができるよう自然に話しかけていくことに注意を払うべきです。ドアの開け閉めの音等でも驚かせないように気をつけて下さい。

3. 親身ではない話しかけ

ビジネスライクになりすぎて相手のことを考えていないという印象を相手に抱かせてしまうことです。重要なことは、学校はなりたい自分になりたくて入学することが多いはずですからとにかくその人の気持ちになり親身に話を聞くことです。

「ファーストコンタクト警戒心除去法」

1. パーソナルスペースを意識した話しかけ
2. 驚かせない話しかけ
3. 親身ではない話しかけ

2. 会話進行中警戒心除去法

こちらは会話の進行中に警戒心を相手に抱かせてしまった時の対処法となります。ポイントとしては以下の2つがあります。

1. 健全な会話の実施
2. ヒアリングスタンス

1. 健全な会話の実施

会話をしている時に健全な会話を心がけることで相手の警戒心を除去することが出来ます。健全な会話とは誠実さや相手の立場になって話すことを意味します。

2. ヒアリングスタンス（個人情報のヒアリング等）

ヒアリングスタンスとは相手の情報をどこまで聞くかということです。相手のことを聞きすぎることは警戒心を起こさせる要因になります。しかし相手のことをより深く理解することは重要となりますので、踏み込んだ話というのも大切と言えます。このようなことから相手の情報をどこまで聞くのか？ということに集中する必要があります。

「会話進行中警戒心除去法」

1. 健全な会話の実施
2. ヒアリングスタンス（個人情報のヒアリング等）

3. 発生警戒心除去法

こちらは会話をしている中で既に発生してしまった警戒心はどう対処すればよいかということです。発生してしまった後の警戒心は、笑いや説得力のあるトーク、自分からの心の開示、安心感を持って貰える話題、そして些細な気遣いや優しさが重要となってきます。ここでは笑いと説得力と心の開示についてご紹介したいと思います。

1. 笑い

笑いは相手の警戒心を除去するための特効薬となります。談笑できる会話を常に持つておくことは重要です。

2. 説得力会話

人は相手から力づくにより無理やりやらされるのではなく自分自身で納得できた時に心を開き行動を起こします。これらのことを実施するために必要なことが説得力なのです。説得力を強める会話テクニックを習得することは重要なことです。

3. 心の開示

話の仕方として自分から心の開示を行うことが大切です。例えば「自分は〇〇出身ですが、どちらの出身ですか？」などのような開示がより深い開示につながっていきます。また、相手の本音を話してほしい時などは次のような言葉で確認していきます。それは「自分の本音は〇〇ですが、あなたの本音はどうですか？」等の会話です。これらのことを実施することによりクロージング率が高まるのです。

その他、警戒心が自然と解れるような安心感を持って貰える話題、些細な気遣い、優しさもポイントとなります。

「発生警戒心除去法」

1. 笑い
2. 説得力会話
3. 心の開示

…その他

4. 『興味付け』が出来なければ、どんなに丁寧に接しても入学しない

『興味付け』が出来なければどんなに丁寧に接しても入学してはくれません。どんなに良い人でもどんなに丁寧に接しても、学校に魅力がないと入学はしません。その魅力というのはカリキュラムもさながら広報担当者の魅力も大いに関係してきます。加えて重要なのは学校に入った時の期待感となります。ではどのようにしたら『興味付け』が出来るのでしょうか？これについては、以下の3つがポイントとなります。

1. 学校の魅力を感じさせる
2. 理想の学校になる
3. メリットがある魅力

1. 学校の魅力を感じさせる

学校の魅力を感じてもらうことを意識することは重要です。あなたの学校の魅力は何ですか？これを3つ程理解するようにしてみてください。もしよくわからないなどがあれば自身が思う魅力でも良いと思います。

2. 理想の学校と感じてもらう

理想の学校とはどのようなところか？ということを理解しておくことは重要なことです。例えば、誠実さ、結果が出る、面白さ、就職率が高いなど様々なものがあります。またはドラマや映画、ニュースなどに出てくる理想的なイメージも理解しておくことが重要です。それらのポイントがあればそこをとにかく強くアピールすることが重要です。

3. メリットを感じてもらう

メリットを感じてもらうことは重要です。これは費用対効果になります。この学習を通してどのくらいの結果が出るのか？注いだ時間に見合う結果がでるのか？充実した学校生活を送ることが出来るのか？ということを感じてもらうことです。

おわりに

広報担当者にはとにかくスキルが必要になる時代です。ひと昔前でいうとコミュニケーションや営業というものは習うものではないという考えがありました。しかし今後はこのような考えでは、下記の3つのデメリットが生じると考えられます。

1. 競合校と差をつけることが出来ません。
2. 本当に良い学校であっても相手に伝えることが出来なければ入学には至りません。
3. 個々の広報結果が出ない状況では広報担当者のモチベーションは低下します。

これらのことが起こることは学校としても有益であるとは考えられず、むしろ危機的状況に陥る可能性もあるのです。

このようなことから、今回テーマとしてあがった『クロージング必勝コミュニケーション術』に磨きをかけていくことは重要なことなのです。

コミュニケーションを軽く考えず、学生募集の成果を大きく変えるものとしてご認識頂く事を強くお勧め致します。

サポートのご案内

当方では法人向け研修を行っております。詳細は下記をご覧ください。

★【法人向け研修】コミュニケーション・プレゼンテーション研修・・・ <http://www.life-consulting.co.jp/corporation/>

～個人が自費を払って受講するビジネス講座をやっている当校だからできること～

★お問い合わせ・・・ <https://www.life-consulting.co.jp/contact/>