

「ガイドに必要な影響力を習得する方法」

参考書籍 影響力の心理 著 ヘンリック・フェキセウス

- 目的 ガイドに必要な影響力を身に着ける（お客を思い通りに動かせる）
- 内容 影響力のテクニックを習得するための方法を学ぶ
- 理由（課題） 特にガイド業界では他の業種（営業マン）やサービス業において影響力がある人が劇的に少ない
業界的に影響力を必要としない職業である（寡黙な山男が望まれる）
これは過去の話です。現状ではこのイメージではお客は増えません。
「お客様は楽しむためにツアーに参加しているのです」
このような業界だからこそ「影響力を身に着ける必要があります」

人気ガイド = 影響力 ○ 人気ガイド = 登山技術（ロープワーク） ×

●効果（7つのメリット）

- 1 お客様に対し、インパクトを与え記憶に残す（好感度向上）
- 2 影響力を駆使することで仕事上優位に立つ（従わせる）
- 3 影響力による指名率向上（指名してもらう）
- 4 満足度向上（満足してもらう）
- 5 リピート率向上（再度参加してもらう）
- 6 口コミ拡散（話題となる）
- 7 売り上げの向上（ガイド料を上げる）

<基礎的知識>

影響力 とは他人に影響を与える事 ⇒ 「場を支配する事」
分かりやすく伝えると「こちらの思い通りに動いていただく事」になります。
（要するにガイドに必要なスキルである）

「人間の基本的欲求」（人はこの欲求で生きている）

・6つの基本的欲求

「安心感」「権力」「社会的帰属意識」「社会的受容」「性」「コントロール欲求」
影響力については相手のこの基本的欲求をどのようにみたすか？である。

☆パワー（権力）は自分で身に着けるものではなく周りから与えられるもの
周りから与えられるために必要があることが影響力である
影響力が大きい = 年収が多い = 成功者

<ファーストコンタクト>

解説 パッケージツアーや個人ガイドでも初めてのお客さまはまず、初対面である。人は相手の印象を約3秒で決めます。要するにお客様はガイドのイメージを「初対面の3秒で決定する」という事です。一度決められたイメージは、中々変更できません。そこでファーストコンタクト（初対面）での行動が重要となります

☆初対面で劇的に好意を抱かせる8つの方法

1 「すでに長い付き合いがある関係であるかのようにふるまう」

（数回お茶した関係） 態度・ジェスチャー・声のトーン・表情など

2 「相手に話させ、相づちを多用する」

（お客様の話をよく聞き、興味を示す）

3 できるだけ共感する（相手を理解する）

（お客様の観察とお客様視点を想定する）

4 挨拶を演出する（対面時の挨拶）

まずはアイコンタクトする

次に「少しだけタメをつくる」（アイコンタクトしたまま）

そして思いっきりの笑顔（思い出したように）

「この人は自分に会えたのでこんなに笑顔になったのだ（うれしい）」

5 お客様の隠れたアイデンティティを刺激する

（相手の一番大事な事、趣味、生きがいは何かを見極めそこを話題にする）

6 とにかくホメる

（ホめることは相手を認めること）

注意 ホメておいて最後に批判することはもっとも傷つくのでやらない

（ホメた後のオチはつけない）

7 相手が予期しない行動で感謝する

（自分に注意をはかってくれてありがとう）

8 笑顔で何かのお願いごとをする

（助けを求めたほうがよい印象となる）

<影響力ガイディング・テクニック15>

1 基本的欲求を満たしてあげる

安心感を揺さぶる

「私がサポートしますので安心してください」

立場や権力を行使する

「お客様なので何でもお申し付けください」

社会的帰属意識を植え付ける

「あなたと同じお花が好きな仲間（グループ）です」

社会的受容を認めさせる

とにかく認めてあげる（仲間だとおもわせる）

「個性的ですね」

性的ニュアンスを用いる

遺伝子に組み込まれた根源的な欲求である。性的ニュアンスを表現する

「ドキドキしますね」

コントロール欲求を満たす

相手が自分をコントロールできていると思わせる（態度をとる）

「ハイ、分かりました」

2 できるだけ文章やメッセージを繰り返して発する

脳に対し「このメッセージは聞きなれている」という現象にする

聞きなれている場合は相手に従うことになる

（人間の脳は聞きなれた情報を処理しやすいようにできている）

例「もう一回言います。ここは滑りやすいです」

3 信じやすい表現方法を用いる

- ・ 覚えやすいネーミング （覚えやすいネーミングは情報を信じやすくなる）
- ・ こちよい音やフレーズ （音やメロディにより受け入れやすくなる、覚えやすい）
- ・ シンプルにする （無用な飾りを捨てる読みやすくなる）
- ・ できるだけ相手に考えさせない （考えると理解力が低くなる）

例「ガイドの〇〇です」 「夏がくれば思い出す 水芭蕉です」「サトイモ科ちゃんです」

「〇〇科の〇〇という高山植物です」 ×

「これは〇〇というお花ちゃんです」 ○

「これは樹木ではなく植物です」

4 選択をさせない（選択肢を少なくする）

選択させると影響力が低下する（選択肢が少ないほど真実に思える）
三択がベスト（三択以上の選択肢の提示は逆効果となる）

例「この場所で休憩しますか？ それとももう少し歩きますか？」

「歩行ペースはどうですか？」

- A このままでよい
- B もう少し早く
- C もう少しゆっくり

5 ライバルを利用する

強力なライバルがいる場合そのやり方を同じようにまねる
（世間にはそのライバルの情報が行き届いており、それを利用する）

例「〇〇ガイドみたいに詳しく説明します」

「クラブ〇〇リズムのツアーのように楽しませます」

「環境省の職員のように保全します」

6 弱みを見せる

（人はネガティブな可能性を自ら認めるひとほど信頼する）

例「実は1週間前から腰痛があるのです」

「実は私はお花に興味がありません」

「実は歴史が苦手です」

7 相手の意見を聞く機会をなくする

（相手が意見を口にする機会を減らせば減らすほど相手の意見を操作できる）

例「あの山の山名知りたい人いますか？」 ×

「あの山は新潟の山です」 ○

8 気が散っている時にこそ意見をいう

（脳が同時に思考している状況時は相手の意見を受容しやすくなる）

例 「この場所は滑りやすいです。 明日は1時間早く出発します」

9 セルフイメージを確立する（レッテルを貼る）

人はセルフイメージの高い人の話を聞く

例 「私は専門ガイドです」

「私はこのエリアでNO1と呼ばれています」

10 継続性を持たせる

途中でやめられなくなる仕掛けを用意する（スタンプなど）

例 「次回のツアーは東海道4回目のルートです」

スタンプ帳をお忘れなく

11 集団心理を利用する

人は個人より集団にいるほうがいう事を聞きやすい

例 「全員でトイレに行きましょう」

12 暗示をかける

相手に暗示をかける（洗脳する）

例 「〇〇さんでしたら体力があるので、全然登れます」

13 自信とジェスチャー

自信ある態度と三角形ポーズ

例 背筋を伸ばした姿勢 両腕を使用しての三角形ポーズ

14 落ち着いたふるまい

権力のある人ほど動かない（指示する）

例 ゆっくりと間をとりながら「ここは集中してください」

15 自分のスペースを大きく取る

（権力や自信をアピール）

例 私はこの場所で休みます（大きめにスペースを陣取る）

<影響力解説（伝達）テクニック>

ポイントは言葉により「お客様に気づかれないまま考えを刷り込む」という事
お客様に思考の流れを作る（相手が勝手にイメージを連鎖していく）
こちらが種をまくだけで花を咲かせてくれる

1 たくさんの言葉・新しい言葉・たとえの表現などを多用する

（たくさんの言葉を覚え、使用する）

2 とにかく相手の言葉に賛同する（うなづく）

（人は賛同された相手に好感を抱く）

3 逆接ではなく「順接」でつなぐ

（順接でつなぐほうが説得効果が倍増する）

例「つまり」「だからこそ」「付け加えるなら」

4 「ネガティブ」な言葉の後に「ポジティブ」な言葉

（拒絶反応を示すことがなく相手を受け入れる）

例「きみのレポートは誤字だけ、だけど素晴らしいアイデアだ」

5 事実や理屈よりも、もっともらしい表現

（因果関係や意味よりも感情が伝わればよい）

6 相手を説得し誘引するためには、初めに混乱させてからやさしい表現へ

（最初に脳を混乱させた後、相手の思考を整理すると導きやすい）

例・・・もしくは・・・となります。

そこで・・・・・・・・・・としましょう。

7 冒頭に「あなた」を多用する

（あなたのキーワードは相手をホめることにもなる）

群衆に向けた場合で受け手は各個人と解釈する

例 「あなたのために・・・・・・・・・・」

「皆さん」 × 「あなた方」 ○

8 連帯感を持たせたい場合は「私達」を多用する

（私達を用いると連帯感が拡大する）

9 効果的なニーズの聞き出しは「オウム返し後の質問トーク」

(オウム返しにより、相手の信頼を得たうえで質問する)

10 行動パターンを崩しながら説明する

(相手にインプットされている行動パターンを崩すと混乱する)

(その後その言葉が強烈に印象に残る・暗示にかかりやすくなる)

(注意)

使ってはいけない6つの言葉

- ・「しかし」 相手を否定する言葉
- ・「試してみる」 それは成功しないというニュアンスが含まれる
- ・「もし」 失敗する可能性があるというニュアンスが含まれる
- ・「かもしれない」「たぶん」「おそらく」 メッセージがぼやけていて嫌われる
- ・「～だったのに」「～すべきだった」「～すればよかった」
言い訳がましく嫌われる
- ・「ない」 否定語であり「打消し」の言葉

<他テクニック> (お客様に助けてもらう方法)

1 頼みごとには付せんとメッセージ (図鑑や資料に付せんとを貼らせる)

黄色い付せんに手書きのメッセージを書き込みお願いすると2倍効果がある

(付せん付きのアンケートの場合は回答率が75%となる、なしは35%)

2 返報性のルールを用いる

(食事や情報などものではない価値があるもの)

3 プレゼントをわたす時はわたし方を演出する

(2個のチョコ例)

4 できるだけ共通点をアピールする

(共通点や似ているところがあればあるほど相手を信用する)