

【ATW販売研修レジメ】

CENT POUR CENT
biossentiel

内部資料

ATW販売トレーニング



一般的な販売までの流れ

内部資料

1. 信頼関係の構築
2. ニーズ喚起
3. アプローチ
4. 商品購入への後押し
5. 購入後のフォロー
6. リピートのご案内



biossentiel ご案内の流れ

内部資料



ワーク①～信頼関係の構築～

内部資料

お客様へbiossentielの信頼を
深めていただくために
フランス式アロマ導入の
マイストーリーを
作ってみましょう



【ATW販売研修レジメ】

一般的な販売までの流れ

内部資料

1. 信頼関係の構築
2. ニーズ喚起
3. アプローチ
4. 商品購入への後押し
5. 購入後のフォロー
6. リポートのご案内



①お役に立ちたい悩みの決定《販売の事前準備》

内部資料

- 不眠
- 認知症
- ストレス
- うつ・パニック障害など
- ダイエット
- デトックス
- 生活習慣病
- 免疫力・感染症
- 女性特有のお悩み
(フェムケア)
- 女性の薄毛
- 肌トラブル
- 花粉症
- 冷え性

「良質な睡眠」と「デトックス」

ワーク②～ニーズの深掘り～
不調や症状の奥にある
本当のニーズを探って
トークの流れを
まとめてみましょう

内部資料



一般的な販売までの流れ

内部資料

1. 信頼関係の構築
2. ニーズ喚起
3. アプローチ
4. 商品購入への後押し
5. 購入後のフォロー
6. リポートのご案内



【ATW販売研修レジメ】

1310-1

① ストレスケア

自律神経

150ml 5,616円(税込)

〈成分〉 ネロリ、メリッサ、ラベンダー

〈効能〉 不眠、イライラ感、不安感などに



内部資料

【体感・特徴】

- ・自律神経が乱れている方ほど日中に眠くなる。3～5日ほどしっかりと飲んでいくと、日中の眠気がなくなって夜にぐっすり眠れる。
- ・暴飲暴食、甘いもの、アルコール、タバコなどの自制に。
- ・女性特有のイライラ感が落ち着く。

【備考】

- ・極端に交感神経優位の方などは、胸焼け、軽い吐き気、頭痛などが出る場合がある。だいたい、3～5日で収まる。様子を見て改善に向かわないようなら、商品の使用を控える。

内部資料

1310-2

② 水分コントロール

腎臓

150ml 5,616円(税込)

〈成分〉 ジュニパー、ユーカリ、
ファー、タイム、メリッサ

〈効能〉 むくみ、疲れ、肩こり、腰痛関節痛などに



内部資料

【体感・特徴】

- ・トイレの頻度が増える。1回で出る量も増える。
- ・良い尿が出れば、体内の疲労物質も排出されやすくなるので、疲労物質が原因の『疲れ』『肩こり』『腰痛』『関節痛』などの緩和に期待できる。

内部資料

1310-3

③ 消化、吸収、排泄

胃腸

150ml 5,616円(税込)

〈成分〉 ローズマリー、ユーカリ、
セージ、ジュニパー、セイボリー、ローレル

〈効能〉 便秘、消化不良などに



内部資料

【体感・特徴】

- ・便秘や下痢などの解消。
- ・良い便が出て、体内の悪いものが排泄されるので、デトックスを促進する。体重が自然と減る方も。

内部資料

ATW vivid

脳とこころとからだのケア

150ml 5,184円(税込)

〈成分〉 ビターオレンジ、
ゼラニウム、メリッサ、ローレル

〈効能〉 ストレスケア、胃腸の調整、ダイエット



内部資料

【体感・特徴】

- ・肝機能が高まるので、脂肪の代謝が促進。
※アルコールを飲む方には肝臓のケアにも。
- ・ATW1310-1とATW1310-3の特徴もあるのでトータルケアとして、生活習慣病予防にも。

内部資料

【ATW販売研修レジメ】

内部資料

1ヶ月半～2ヶ月かけて順番に飲んでいく
ウォーターリレープログラム

アロマクレンズ ファスティング

内部資料



biossential



より効率的に、より効果的に

内部資料

ウォーターリレー		アロマクレンズ ファスティング
日常の食事	食事	固形物を摂らない (断食期3日間)
①②③vivid	ATW	①vivid②または①③②
2～3ヶ月	期間	3週間
デトックス	目的	デトックス
じっくりと期間をかけて 確実に体質改善をしながら	特徴	短期間でスピーディに 目に見える結果が得やすい
ATWの禁忌事項	禁忌事項	ATWの禁忌事項と ファスティングの禁忌事項

ワーク③～アプローチ～

4本のATWについて

どんなお話をしますか？

アプローチトークを

作ってみましょう

(体験談をまとめましょう)

内部資料



【ATW販売研修レジメ】

一般的な販売までの流れ

内部資料

1. 信頼関係の構築
2. ニーズ喚起
3. アプローチ
4. 商品購入への後押し
5. 購入後のフォロー
6. リポートのご案内



4. 製品購入への後押し（クロージング）

内部資料

クロージングは顧客様が決断しやすくなるトーク

- ・即決
- ・少し考えます
- ・今は必要ない

大切なのは
顧客様の思いを受け止めて、次のステップに進む



ワーク④～クロージング～

内部資料

顧客様が決断しやすくなるように
様々な「ご相談にお答えする」
トークを作ってみましょう



一般的な販売までの流れ

内部資料

1. 信頼関係の構築
2. ニーズ喚起
3. アプローチ
4. 商品購入への後押し
5. 購入後のフォロー
6. リポートのご案内



【ATW販売研修レジメ】

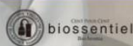
5. 販売後のフォロー

内部資料

①環境やツールの活用

新月ファスティングにご案内した場合

- ◆顧客様向けアロマクレンズ講座にご案内する
- ◆「アロマクレンズサポートLINE」の活用
- ◆「アロマクレンズファスティングガイド」を活用



5. 販売後のフォロー

内部資料

②状況をお伺いする

・(効果は)どうですか？

その前に！

- ・使用方法:ちゃんと使えていますか？
- ・使用感はどうですか？



重要

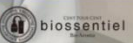
5. 販売後のフォロー

内部資料

フォローをスムーズに行うために大切なこと

- ①個人差はもちろんあることをお伝えする(体の違い、好転反応の有無)
- ②変化が分かる何か基準を作る
 - ・体重量、脂肪率、ウェストを計測する(計測の継続もおすすめする)
 - ・スタート前の写真を撮っておく
 - ・改善したい項目、こうなっていて欲しい項目、ダイエットの目的・目標などを明確にして共有する
- ③特にWRIはその方の生活習慣などをヒアリングして、1つでも2つでも改善項目をお約束をする

そして、「どうですか？」とこまめに連絡しましょう！



ワーク⑤～販売後のフォロー～

内部資料

**フォローのスケジュールを
考えましょう**



【ATW販売研修レジメ】

ワーク⑤～販売後のフォロー～

フォローのスケジュールの例



一般的な販売までの流れ

内部資料

1. 信頼関係の構築
2. ニーズ喚起
3. アプローチ
4. 商品購入への後押し
5. 購入後のフォロー
6. リピートのご案内

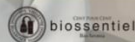


6. リピートのご案内

内部資料

- ◆顧客様の様子を知る
- ◆どんなタイミングで、どんなリピートをご案内するのか？
 - ・次回のアロママクレンズファスティング
 - ・ウォーターリレーで日常のケア
 - ・定期お届け便
 - ・ATWに加えてDFオイル
 - ・周りに同じ悩みの人がないか？

顧客様にさらに喜んでいただくために！



ワーク⑥～リピートのご案内～

内部資料

どんなタイミングで
どんなリピートをご案内しますか？
また、そのリピート案の
メリットが伝わる
トークを考えてみましょう



【ATW販売研修レジメ】

内部資料

リピート案例

アロマクレンズファスティングに取り組んだ方へのご案内パターン

A) 定期的なアロマクレンズファスティングをご案内

- ◆さらに効果を望まれる方
→3ヶ月連続
- ◆コスト面で難しい場合
→3ヶ月後



内部資料

リピート案例

アロマクレンズファスティングに取り組んだ方へのご案内パターン

B) ウォーターリレーをご案内

- ◆効果を確実に継続したい方
- ◆ファスティングが頻繁にできない方
- ◆ファスティングが苦手な方



内部資料

リピート案例

アロマクレンズファスティングに取り組んだ方へのご案内パターン

C) 目的に特化した使い方のご提案

- ◆むくみ・疲労 →①+②
- ◆胃腸のケア・便秘 →①+③
- ◆巡り・肝機能アップ→①+vivid



内部資料

リピート案例

アロマクレンズファスティングに取り組んだ方へのご案内パターン

D) シンプルケアのご提案

- ◆飲み方が難しいのは嫌
- ◆手軽にトータルケアがしたい方
→ATW vivid



【ATW販売研修レジメ】

必要な準備

内部資料

1. ディスプレイ

2. 商品・ツールの準備

- ・試飲用ATW
- ・お渡しできる商品
- ・各種チラシ
- ・ATW診断シート
- ・お見せできる体験談ツール

3. 各種トーク

- ・マイストーリー
- ・アプローチ（体験談）
- ・クロージング
- ・フォロー
- ・リピート



ワーク～まとめ～

内部資料

一番印象に残ったのは
どんなことですか？

大切な顧客様の笑顔のために
本日からさっそく取り組むことは
何ですか？



アプローチに役立つ

内部資料

その他のワーク～ATWの知識・フランス式アロマ～

- アロマクレンズとは？
- デトックスとは？なぜデトックスをお勧めしたいですか？
- ATWとはどのような商品ですか？
- ATW①～⑤のそれぞれの特徴は？
- ウォーターリレーとアロマクレンズ・ファスティングの違いは？
- それぞれどのような方にお勧めしたいですか？
- どんな体感や体験談を持っていますか？



まとめ

内部資料

大切なのは…

お客様の症状を見るのではなく
お客様自身を見てあげてください

目指すのは…

他のサロンと比べて1番になるのではなく
お客様にとっての1番になること

【Santé Santé 行動指針より】

