

THANKS

(VOL. 110)

BUSINESS NEWS LETTER

発行日：平成18年8月1日
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング
連絡先：〒359-1118
埼玉県所沢市けやき台1-41-11
TEL:04-2922-1417
E-MAIL：info@thanksmind.co.jp
<http://www.thanksmind.co.jp>

特集

「売れる営業マン」と「売れない営業マン」の見分け方(その13)

『売れる営業マン』と『売れない営業マン』の見分け方」の特集も2年目に突入しました。これまでの特集の中で最長です。

「もう飽きたよ～」なんて声も聞こえそうですが、もうしばらくお付き合いください。ということで、今回も第3章の続きです。

「効率的に仕事をしているか？」を見極めるためのポイントを解説します。

売れる営業マンの見分け方

第3章：効率的に仕事をしているか？

見分け方25：土産を持参しているか？

見分け方

営業マンがお客様を訪問する際に、何か土産を持っていっているかどうか確認してみよう！

売れない営業マン

手ぶらで訪問することが多い

売れる営業マン

必ず何か土産（情報、資料等）を持っていく

解説

「毎回、土産なんて持って行っていたら、いくらお金があっても足りませんよ！」昔、「土産」の話をしたら、そんな答が返ってきました。彼は、「土産」をお菓子か何かと勘違いしているのです。営業マンが、お客様に持っていく「土産」は、そんなものではありません。情報や資料等、お客様にとって少しでも役に立つものです。

なぜ、「土産」を持って行く必要があるのでしょうか？
以下が主な理由です。

(1) 商談を着地点に導くため

前回のTHANKSで、商談目的と着地点について説明しました。商談は一回一回、ゴールを設定して進めることが大切です。しかし、言葉だけでは、なかなか難しい・・・例えば、お客様に勉強会を提案するような場合。興味を引くための「導入事例」や、他社で行った「勉強会のプログラム」。こうした「土産」は、自分の言いたいことを補足する「営業ツール」になります。

(2) お客様の社内で説明してもらうため

「それでは、一度勉強会でもやってみますか」
お客様の窓口担当者が提案にのってくれたとしても、まだ越えるべきハードルがあります。それは、その担当者が社内で、主旨等をしっかり説明して、他の人に納得してもらうこと。「私は『やりたい』と思ったのですが、他の人が皆、あまり乗り気でないの...」そんなことになってしまったら台無しです。お客様が、社内で説明する際に使える資料。そのような意図で土産を持って行くこともあります。

(3) 足跡を残すため

以前、私のクライアントの会社で「お客様アンケート」をとったことがあります。その中で、多くのお客様から指摘されたのが、「訪問頻度」の少なさ。「ほとんど顔を見たことがない!」という厳しい言葉が書かれていました。そこで担当者に確認したところ、「最低でも2週間に1回くらいは訪問している」とのこと。それほど少ない頻度ではありません。どうして、このような「ギャップ」が生まれてしまうのでしょうか？それは、その担当者が、訪問の「足跡」を残していないからです。

お客様を訪問しても、アポイントをとっていない限り、必ずしも会いたい方が在席しているとは限りません。外出していたり、会議に出っていたり...
そういう時に訪問して、何もしないで、そのまま帰ってきたらどうなるか？確かに訪問したことは事実ですが、お客様からすれば、「来たこと」は分かりません。他の人に『よろしくお伝えください』と言って帰っても、特に要件が無ければ、伝言することは稀でしょう。

「訪問」を認知してもらうためには、たとえ会えなくても、何か「足跡」を残しておくこと。土産は、そんな時にも使われます。

(4) FOR YOUの姿勢を感じてもらうため

これまで何回も書いた通り、今の世の中は物あまり。たくさんの選択肢を持つお客様は目が肥えています。営業マンを評価する際の判断基準は、その営業マンが「どれだけ使えるか」、そして、「どれだけ自分のことを思ってくれているか」。単に訪問して、「何か御用はありませんか?」「××をお願いします」だけの営業マンは、お払い箱です。

上述の通り、営業マンの土産とは「情報や資料等、お客様にとって少しでも役に立つもの」。そうしたものを、継続的に持って行くことにより、「FOR YOU(お客様のため)」の姿勢を感じてもらおうのです。

「たかが土産」というなかれ。
土産を持参するための知恵と工夫。
「売れる」「売れない」の大きな差につながります。

見分け方 26 : 仕事の準備をいつしているか？

見分け方

営業マンが仕事の準備をいつしているかを確認しよう！

売れない営業マン

当日の朝に行くことが多い

売れる営業マン

前日に行くことが多い

解説

「見分け方 25」の通り、営業マンにとって、訪問時に何らかの「土産」を持っていくことは、非常に大切なことです。

当然、「土産」を持っていくためには、それなりの「準備」が必要でしょう。

よく見かけるのが、出かける寸前にバタバタ資料をカバンに詰めこむ人。

「しまった！ あの資料を持ってきておけば...」

こういう人ほど、商談をしている時に後悔しがちです。

お客様が自分の話に興味をもってくれた時は、絶好のチャンス！

しかし、残念ながら説明するための資料がない...

もったいない限りです。

しっかり準備しておけば、その場で、もっと前に進むことができたのに...

再度訪問して説明することは、効率的にも悪いですし、スピードも遅れます。

さらに怖いのは、お客様の熱が冷めてしまうこと。

次回に資料を持って説明しても、反応が鈍く話にならない...

これもよくあるケースです。

何事も後悔しないためには、準備をしっかり行うこと。

寸前にバタバタ準備するよりも、余裕を持って準備したいものです。

「前日の準備」と「当日の準備」は、営業マンの「ひとつひとつの商談を大切にしよう」という気持ちの差を表すバロメータなのです。

見分け方 27 : 日報に「今後の予定」が書いてあるか？

見分け方

営業日報に書かれている内容をチェックしてみよう！

売れない営業マン

「××をした」という行動の報告のみ

売れる営業マン

行動の報告とともに、その結果と、今後の予定が書いてある

解説

私のクライアントが最近 S F A (電子日報) を導入しました。当初は、入力もままなりませんでしたが、最近では、かなり定着しています。ただし、記載されている内容はバラバラ。正直言って、「???'」とってしまうことも少なくありません。

「日報には何を書くべきなのか？」
皆さんは、この質問に、どのように答えますか？

「その日に行ったこと...」

そう答える人が多いのではないのでしょうか？

実際に日報を読んでいると、「××のチラシを渡した」等、行動報告だけが書かれているケースをよく目にします。

前回の T H A N K S の通り、「行動」には、必ず「目的/狙い」があるはず。例えば、チラシを渡すのは、「何のため」なのか？
渡した結果、その目的に到達することができたのか？
行動内容よりも、むしろ、その結果の方が大切です。
行動報告だけを書いている人は、目的意識が弱い人が多いです。

さらに...

もしシナリオにそった行動であれば、当然、「次は何をするか」が書かれるはず。言うまでもなく、日報とは、一日の振り返り。

P L A N - D O - S E E の「S E E」に相当します。

S E E の後には、また P L A N が来ることは誰でもわかっていること。

「今後」が書けないのは、「D O - D O - D O 型」の行動になってしまっていることの表れです。

先を見越した行動なのか？

それとも行き当たりばったりの行動なのか？

日報に「今後の予定」が書いてあるかで、すぐに判断できてしまいます

《次回につづく》