

THANKS

(VOL. 112)

BUSINESS NEWS LETTER

発行日：平成18年10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14)

THANKSでは、「『売れる営業マン』と『売れない営業マン』の見分け方」の第4章として、「高い成長意欲を持っているか？」について説明しています。
今回もその続きです。

売れる営業マンの見分け方

第4章：高い成長意欲を持っているか？

見分け方28：仮想体験しているか？

見分け方

会議の際に、他の人に対して質問をさせてみよう！

売れない営業マン

「何」「いつ」「どこで」を質問する

売れる営業マン

「なぜ」「どうやって」を質問する

解説

能力を高めるために、「経験」は非常に重要な要素です。
仕事の中で、どんどん新しい経験がつかめれば、自然と実力はついてきます。
ところが、仕事は基本的には「与えられるもの」。
なかなか、自発的に新しい経験を増やすことはできません。

しかし・・・

自分自身が経験できなくても、次善策として、他の人の経験を「吸収する」ことは可能です。
それが、いわゆる「仮想体験」。
他の人の話を聞いたり、本を読んだりすることによって、頭の中で経験する。
実際に経験するほどのインパクトはありませんが、その分経験できる範囲は無限です。

営業会議等は、まさに、「仮想体験」のチャンスです。
一般的な本を読むよりも、自分の仕事に直結しています。
他の人の話を聞いていて、
「そうなんだ・・・ こういう時は、こんなことをすれば良いんだ・・・」
勉強できることは、いくらでも転がっています。

ところが・・・

他の人の発表を、ただ、ポーと聞いている人が少なくありません。
自分の番が終わったら、もうお役御免という感じ。
とても「仮想体験」を意識しているとは思えません。

もったいないと思うけれどね～。
そんな気持ちで、時々、こちらから、質問を強制するケースがあります。
「××さん。何か質問無いですか？」
その時に、返ってくるのが、冒頭に書いた見分け方の言葉なのです。

どうして、そんな言葉の違いで「売れる」「売れない」を見分けることができるのでしょうか？
それは、仮想体験、すなわち他の人の話を参考にしようという「貪欲さ」の違いが表れるからです。

「これまで他社商品のみを扱っていた会社で、勉強会を企画して、営業マン全員に参加してもらった！」
例えば、上記のような報告があったとします。
さて、皆さんは、質問を求められた時、どのようなことを訊ねますか？
「どこの販売店ですか？」
「何の勉強ですか？」
「誰が講師をしたのですか？」
このような質問をする人が多いのです。
こうした質問は、「事実」を確認するもの。
確かに、状況をイメージすることは大切なことですので、「分らなかつたら聞く」ことは悪いことではありません。
しかし、「Who (だれが)」「When (いつ)」「Where (どこで)」「What (何を)」といった、
新聞記事のようなことだけを聞いて、果たして仮想体験になるのでしょうか？

売れる営業マンは、次のような質問をします。
「どうして、他社のみを扱っていたのですか？」
「なぜ、勉強会を開こうと思ったのですか？」
「どうやって、相手を動機づけしたのですか？」
「Why (なぜ)」「How (どうやって)」の質問です。

お客様はいろいろです。
的外れの作戦を打っても意味がありません。
ニーズや状況によって、作戦を変える必要があります。
「××の場合は、 が有効」
売れる営業マンは、常に、そうしたことを考えています。
だから、まず訊きたいのは、作戦を打った背景、理由。
すなわち「Why」です。

しかし、「やるべきこと」は分っても、実際に難しいのは、その「やり方」。
上述の例でも、単に「勉強会をやりましょう」なんて言っても、乗ってこないでしょう。
・どのような言い方で相手を動機づけしたのか？
・誰に対して話を持っていったのか？
そういう具体的な「方法」が、自分自身が同じようなことを行なう場合の大きなヒントになるのです。
だから、次ぎに聞きたいことは「How」なのです。

見分け方 29 : 反省をしているか？

見分け方

失注など、仕事がうまく行かなかった時の理由を質問してみよう！

売れない営業マン

お客様や商品のせいにしがち。
いわゆる他責。

売れる営業マン

自分のせいにする。
いわゆる自責。

解説

「人生、楽ありや苦もあるさ。 涙の後には虹も出る...」
仕事をしていれば、いいことも悪いこともあります。
ひとつの物件についても、受注できたり、失注したり...
大事なことは、うまく行かなかった時に、いかに反省して次に生かすかです。

「仕方が無いよね...」
妙に、アッサリしている人がいます。
精一杯の努力をした結果だったら、確かに仕方がありません。
終わったことを、いつまでも引きずっているよりも、次に向かって歩み出すことです。
しかし、本当に反省すべきことは無いのか？
あまりにもアッサリし過ぎているもの考えものです。
それまでの経緯をしっかりと振り返って、しっかりと反省しないと...
次につなげることはできません。

それから、もっと悪いのは、お客様や商品のせいにすること。
「あのお客は、結局、いくら提案しても理解しないから...」
「うちの商品は、あまりにも高すぎるから...」

誰だって、うまく行かなかったら悔しいです。
特に、一生懸命頑張った時こそです。
「なんとか、他のところに責任の所在を持っていきたい...」
これは、人間の性です。
しかし、反省こそ成長のステップ。
悔しいけれども、反省点をしっかり見つけて、次につなぐことが大切です。

見分け方 30 : 嬉しかったこと、悔しかったことを語れるか？

見分け方

これまでの仕事の中で、嬉しかったこと、悔しかったことを尋ねてみよう！

売れない営業マン

なかなか思い出せない。

売れる営業マン

いろいろなことが頭に浮かんで、話が途切れない。

解説

営業をしていて、受注したら誰でも嬉しいでしょう。
また、失注すれば、誰でも悔しいでしょう。
しかし、10年、20年経った時に、どれだけその仕事のことを思い出せるでしょうか？。

以前、中小企業診断士の勉強会で、ある方の話を聞いて感銘を受けたことがあります。
その方は、某精密機器メーカーを定年退職された方。

「定年が迫ったある日、私は40年あまりの会社人生を振り返ってみました。
これまでに『仕事をした！』と実感できることを書き出してみたら全部で15ありました。
そしてその戦績は13勝2敗。 我ながら『ここまでよく頑張ってきたな』と思いました。」

私はこの話を聞いて、「素晴らしい！」と心の中で叫びました。
13勝2敗という勝率に感心したのではありません。
「15回戦った」ということを「スゴイ！」と思ったのです。
本当に精一杯やらなければ「勝負」なんて言葉は使えませんから。

成長する人、しない人。
私は、どれだけ本気で「勝負」をしているかがカギだと思っています。
勝ったら勝ったで自信になるし、次に勝負する時も負けたくないで精一杯努力します。
また、負けてしまっても、本当に悔しければ、次に向かって精進します。

考えてみれば、スポーツだって同じことですよね。
ただ、漫然と練習をしてもダメ。
サッカーにしても、テニスにしても、試合に出て、本気で勝負しなければ上手くならないのです。

《次回につづく》