

特集

「顧客志向に基づく提案型営業の基本⑳」・・・アポイントの取り方

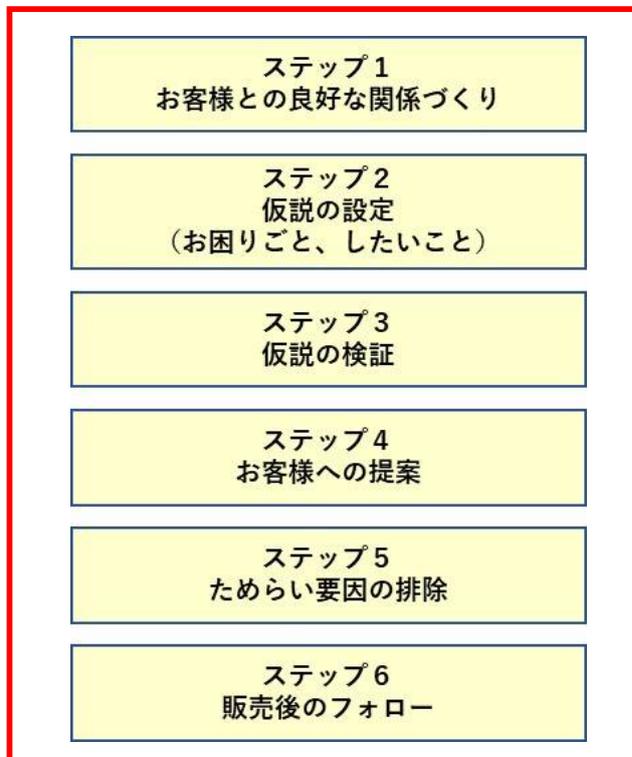
※

本誌では、「顧客志向に基づく提案型営業の基本」というテーマを特集しています。前回まで、基本手順に沿って、ポイントを説明してきました。今回から数回にわたり、基本手順からは離れますが、営業担当者として確認しておくべき基本を「番外編」として解説します。

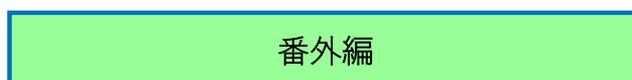
なお、本誌のバックナンバーは、以下のサイトでご覧になれます。

<http://www.thanksmind.co.jp/newsletter.htm>

1. 今回の位置づけ・・・「番外編」の位置づけ



← 提案営業の基本手順



← 今回の位置づけ

1. 面談のアポイントの獲得方法

「飛び込み営業をしてきます！」

40年近く前、私が社会人になった頃は、このようなことも数多くありました。

しかしながら、今は、なかなか難しいです。

いきなりお客様を訪問しても、警戒されてしまって、話を聞いてくれる人は稀です。

訪問する際は、まずは、面談の約束をとりつけることが普通でしょう。

ただし・・・

それは、言葉でいうほど、簡単なことではありません。

「一生懸命電話をしても、なかなか面談の約束をとりつけることができない・・・」

営業担当者から、よく聞く声です。

今回は、番外編の最初のテーマとして、「面談のアポイントの獲得方法」の基本を解説します。

※アポイント獲得の方法は、いろいろありますが、今回は、電話によるアポイントの獲得方法について解説します。

(1) アポイント獲得のポイント

アポイントを獲得するためのポイントは以下の4点です。

① いかに信用してもらうか？・・・怪しい奴では無い！

いきなり、知らない人から電話がかかってきたら、誰でも「この人は何者？」と思います。

最初の段階で、「こいつは怪しいぞ・・・」と思われたら、即アウト。

アポイントを獲得することはできません。

② いかに関心を持ってもらうか？・・・話を聞いてみたい！

お客様は面談のために時間を使います。

「会って話を聞く価値がある」と思ってもらわなければ、アポイントを獲得することはできません。

③ いかに警戒心を取り除くか？・・・無理やり買わされることはない！

「会ってしまったら、言いくるめられて、無理やり買わされてしまうかも・・・」

もし、お客様が、このような警戒心を持ってしまったら、アポイントを獲得することができません。

④ いかに断りにくい状況を作るか？・・・断る言葉が見つからない！

「忙しい・・・」「買う気が無い・・・」

お客様が、面談の要請に対して断る理由は、いろいろあります。

そうした理由を、予め排除できるような会話ができれば、アポイントを獲得できる確率が高まります。

それでは、どうしたら上記のポイントに沿った電話になるのでしょうか？

次のページで、電話をかける際の基本手順（セオリー）を解説します。

(2) アポイント獲得のための基本手順 (セオリー)

アポイントを獲得するための基本手順は、以下の通りです。

手順①：自己紹介 → 怪しい奴では無い！

まずは、しっかりと自己紹介をしましょう。
その場合、会社名／氏名を名乗るだけでは不足です。
「トヨタ自動車」や「ソフトバンク」のような名が知っている会社であれば、社名を言えば、相手は、会社を分かってくれるでしょう。
しかしながら、そういう会社は稀です。
自己紹介の中では、「弊社は××の会社です」という、会社の説明も入れましょう。
また、相手にとって、社名のような聞きなれない言葉は、聞き取りにくいものです。
名乗る時には、「ゆっくり」「はっきり」を意識してください。

<例>

私はサンクスマインドコンサルティングの伊藤と申します。
弊社は、企業様の社員研修について、企画提案から実践までを行っている会社です。

手順②：取次のお願ひ

お客様に電話をかける際、ホームページ等で確認できるのは、代表の電話番号くらいでしょう。
電話に出た人が、自分がアポイントを獲得したい方である可能性は、ほとんどありません。
当然、話をしたいと思っている方への取次をお願いします。
もし、誰かの紹介等で、話をしたいと思っている方の名前が分かっている場合は、「××部の●●様をお願いします」ということを伝えればOKです。
一方で、担当者等が不明な場合は、「××をご担当されている方にお取次ぎいただければと存じます」という言い方になります。

<例>

恐れ入りますが、貴社で社員教育をご担当されている方にお取次ぎいただければと存じます。

手順③：(取次いただいた方に対して) 自己紹介と礼節の言葉 → 怪しい奴では無い！

電話を取り次いでいただき、先方の担当者が電話に出たら、再度、手順①と同じ自己紹介をします。
そして、突然の電話に対する礼節の言葉を伝えます。

<例>

私はサンクスマインドコンサルティングの伊藤と申します。
弊社は、企業様の社員研修について、企画提案から実践までを行っている会社です。
お忙しい中、突然、お電話をおかけして申し訳ございません。

手順④：電話した背景／理由の説明 → 怪しい奴では無い！

お客様は、見ず知らずの会社の人から電話がかかってきた時に、「なぜ、当社に電話をかけてきたのか？ どうして電話番号を知っているのか？」という疑問を持ちます。
その疑問を払拭できないと、「怪しい奴」と思われてしまいます。

<例>

貴社のホームページの「人材育成に力を入れている」という社長メッセージを拝見し、お電話を差し上げました。

手順⑤：関心を持ってもらうためのキーワード → 話を聞いてみたい！

お客様に時間を割いていただくためには、「話を聞いてみたい」と思ってもらうことが必要です。お客様の関心がありそうなことを予想し、キーワードとして伝えましょう。一般的には、「他社では、××をしている会社が多いです」や、「お客様と話をしていると、××に関心を持たれている方が多いです」といった内容が効果的です。これは、お客様自身は、そのように思っていないくても、「他社（他の人）がそのように思っているとしたら、ちょっと自分の意識が足りないのかな・・・」という気になるからです、

<例>

私どもは、いろいろな会社の人事担当者の方とお話することが多いのですが、『社員のスキルアップだけでなく、新人採用、離職率の防止の観点からも教育を充実させることが重要』という言葉をよく聞きます。

【重要】

「どのようなキーワードにお客様が関心を持つか」は、試行錯誤でブラッシュアップするものです。いろいろと試してみて、アポイントを獲得できる確率が高いものを探索してください。

手順⑥：面談の目的の説明 → 無理やり買わされることは無い！

面談の目的を端的に伝えますが、ここでのポイントは、「売り込み」にならないことです。よく、「弊社の商品やサービスをご紹介させてください」という言葉を使う人がいますが、これはお客様から見れば、売り込みそのものであり、避けた方が良いでしょう。

<例>

社員教育について意見交換の場を持てればと思っています。

上記のような話し方にしても、お客様の中には「売り込みだろうな」と思う人も多いでしょう。「うちはすでに、いろいろな研修会社にお願いしているので、わざわざ来てもらっても、お宅にお願いすることにはならないと思うよ」というような言葉がよくでてきます。その場合は、以下のように、仕事にならなくても、面談すること自体がお互いのメリットになることを説明します。

<例>

それは全然大丈夫です。弊社としては、貴社のような会社が社員教育について、どのようなお考えをお持ちになっているのかをお聞きすることは非常に勉強になります。また、私からは、他社のいろいろな事例をご紹介いたしますので、××様にとっても、少しはご参考になるのではと存じます。

手順⑦：面談の所要時間の提示 → 断る言葉が見つからない！

お客様の断り文句で一番多いのは、「忙しい」「時間が無い」ということです。こと言葉を消すために、こちらから所要時間を伝えましょう。いくら多忙でも、「30分」程度の時間をつくれぬ人は、まずいません。

<例>

30分程度ですが・・・

手順⑧：日程の提示 → 断る言葉が見つからない！

面談の約束をとりつける時に、「お会いしていただけますか？」と相手に尋ねる人が多いですが、これはNG。「来週の月曜日または火曜日のご都合はいかがですか？」と、こちらから、日程を提示してしまいましょう。

この方が、アポイントがとれる確率が高まります。その理由は、お客様を断りにくい状況にすることができるからです。

「お会いしていただけますか？」に対するYES/NOは、「会う/会わない」です。もし、NOの回答の場合は、それで終わりです。

一方で、「ご都合はいかがですか？」に対するYES/NOは、「都合が良い/悪い」です。

もし、NOの回答でも、「それでしたら、翌週はいかがですか？」と更なる代案の提示につなげることができるのです。

<例>

来週の月曜日または火曜日のご都合はいかがですか？

手順⑨：日程/場所の確認

お客様から面談の約束をとりつけたら、日程、場所を確認しましょう。

特に場所は、電話をかけたところ（通常は本社）が、相手の執務場所とは限りません。

勝手な思い込みは危険です。

<例>

それでは、来週、3月17日月曜日の10時に参ります。おうかがいする場所は、貴社の本社ビルでよろしいでしょうか？

手順⑩：相手の状況確認

お客様と面談することは、契約・受注に向けての「スタート」にしか過ぎません。次のステップは、面談時にお客様に興味を持ってもらって商談につなげることです。

ポイントは、「提案営業の基本手順のステップ2：仮説の設定」です。

当然、事前に先方の状況を把握できれば、仮説が作りやすくなります。

最後に、以下のような言い方で、先方の状況をお聞きしましょう。

<例>

せっかくお時間をとっていただきますので、私としても、できるだけ貴社の状況に合ったお話しができればと存じます。差し支えなければ、今、貴社で、どのような社員教育をされているのか、お聞きしてもよろしいでしょうか？

手順⑪：再度の社名、氏名の連絡

最初に自己紹介しても、お客様が社名や氏名を憶えてくれているとは限りません。最後に再度、社名、氏名をお伝えしましょう。

<例>

それでは、サンクスマインドコンサルティングの伊藤が、来週月曜日の10時に参りますので、よろしく願います。

全体を繋げると・・・

手順①～⑪の全体を繋げると、以下のようになります。

<ホームページ等から、電話を調べて・・・>

私はサンクスマインドコンサルティングの伊藤と申します。
弊社は、企業様の社員研修について、企画提案から実践までを行っている会社です。
恐れ入りますが、貴社で社員教育をご担当されている方にお取次ぎいただければと存じます。

<電話を取り次いでいただいたら・・・>

私はサンクスマインドコンサルティングの伊藤と申します。
弊社は、企業様の社員研修について、企画提案から実践までを行っている会社です。
お忙しい中、突然、お電話をおかけして申し訳ございません。

実は貴社のホームページの「人材育成に力を入れている」という社長メッセージを拝見し、お電話を差し上げました。

私どもは、いろいろな会社の人事担当者の方とお話することが多いのですが、『社員のスキルアップだけでなく、新人採用、離職率の防止の観点からも教育を充実させることが重要』という言葉をよく聞きます。

一度、貴社の方々と社員教育について意見交換の場を持てればと存じておりますが、30分程度、来週の月曜日または火曜日のご都合、いかがでしょうか？

<面談をOKしていただいたら・・・>

承知しました。
それでは、来週、3月17日月曜日の10:00に参ります。 おうかがいする場所は、貴社の本社ビルでよろしいでしょうか？

<日程／場所を確認したら・・・>

せっかくお時間をとっていただきますので、私としても、できるだけ貴社の状況に合ったお話しができればと存じます。 差し支えなければ、今、貴社で、どのような社員教育をされているのか、お聞きしてもよろしいでしょうか？

<状況を確認したら・・・>

ありがとうございます。
それでは、サンクスマインドコンサルティングの伊藤が、来週月曜日の10時に参りますので、よろしくお願ひいます。

【重要】

アポイントの獲得は、「気持ち」が非常に重要です。 「何とか言いくるめて会ってもらおう」という打算的な気持ちは、お客様に見透かされます。

「会って話をすることは、お客様にとっても有益なことだ！ むしろ面談を断ることはお客様にとっても損なこと！」という気持ちで、自信を持ってアプローチをしましょう。

あとがき

管理職に大降格時代

リコーの一部の管理職が緊張に震える冬を過ごしている。

「このままでは一般職に戻ってしまう。」 2022年4月、3年以内に必要なスキルを習得しなければ、一般職に降格する制度が導入された。スキル習得の期間が1ヵ月後に迫る。

当時、社員に占める管理職の割合が3割に達し、部下のいない名ばかり管理職も多くいた。

そこで、職務内容に応じて賃金を決める「ジョブ型人事」を導入するのにあわせ、降格制度を設けた。第一弾として基準に満たない約500人を「二軍」管理職にした。行つての成果を上げれば「一軍」に戻す。ふるわなければ管理職から外す。

・・・2025年2月20日 日本経済新聞

終身雇用で年功序列。

そんな「日本的経営」は、今や昔。見る影もありません。

バブル崩壊以降、失われた30年を過ごした日本にとって、このようなことは当然の成行でしょう。

企業が成長している時は、管理職のポストは、どんどん増えて行きます。

しかしながら、今や逆。

成長が止まってしまった会社が多いので、ポストを増やすことはできません。

まさに「椅子取りゲーム」。

従来から管理職になっている人は、既得権のように、ポストに居座ります。

仮に、座っていた椅子を誰かに譲ったとしても、補助椅子のようなものを用意して、悠々と座っています。

このような状況で割を食うのは次の世代です。

一生懸命頑張つて成果を出しても、椅子に座ることができません、

向上心や野心がある人ほど、この状況に耐えられなくなって、サヨウナラ。

会社を辞めてしまいます。

それは、会社にとって損失以外、何物でもありません。

私は個人的には、プロである以上、降格することは当たり前だと思っています。

「降格させたら、モチベーションが下がってしまうのでは？」

そのような言葉をよく聞きますが、逆に降格させずに、役職だけ与えることで、高いモチベーションを保っているのでしょうか？

決して、そのようなことは無いと思います。

メジャーリーグにしても、公式戦に出場できるロースター枠は40人と決まっています。

その枠に入れなければ二軍行きです。

ドジャース等の球団は、毎年、大量に補強するので、選手は大変です。

昨年、レギュラーポジションをとっていた選手でさえも、頻繁に降格してしまいます。

だから、一軍選手は頑張つて練習するし、二軍に落ちても、必死に這い上がろうとするのです。

管理職は、部下の成長やキャリアアップにおいて大きな責任を担います。

「管理職こそ、一生懸命勉強して、自分を高めるべき！」

私は昔からそのように言ってきましたが、まさに、そうしたことが必須の時代となりつつあります。

本誌に対する率直なご意見、ご感想をお待ちしております。