

常識

お客様に言われたことは何でもやろう

お客様の要求でも無理なものは無理と断ろう

「売れている営業マン」にみえるかどうかが肝心

「売れる営業マン」になるためには、お客様に言われたことは何でもやらなければならない。まさか、そんなふうには思っていませんか。では、お聞きします。それで、あなたは売れていますか。

そうですね。どんなにお客様の言うことを聞いても、いまの時代は売れません。それどころか、そうした営業スタイルを続けていると、面倒くさい仕事が増えたり、身動きが取れなくなってしまう。

一方、売れる営業マンは、お客様にペコペコしたり、無理に合わせよ

うとしたりしていません。もっというと、「そこまでして無理に買っただけかなくてもけっこうです」と、ハッキリ断っています。信じられないかもしれませんが、これはほんとうのことなのです。

ここで質問です。あなただったら、どんな営業マンから買いたいと思いますか。

いろいろな答えが考えられますが、すべての人に共通するのが、「売れている営業マン」優秀な営業マンから「買いたい」ということでしょう。なぜなら、売れている営業マンなら買ったあとのフォローもていねいで、行き届いたアフターケアをしてくれるからです。

では、ペコペコ頭を下げて、「買っただけなら何でもします」といって近寄ってくる営業マンは、お客様にはどうみえるか。残念ながら、「買ってもらいたい匂い」をプンプンさせている、「売れていない営業マン」にしかみえません。

無理な予定でも、なんとか都合をつけてお客様に会いに行く営業マンはどうか。お客様は「おっ、頼もしいな」と思うでしょうか。いえいえ、「この人、会いたい」といういつでも飛んでくるけど、よっぽど暇なのかしら。そういえばあまり売れてなさそうだし……」と思われるのがオチ。

要は、いずれのケースも、お客様の

のに、その努力がかえって売れなくさせているのです。

そうした悪循環から抜け出すには、お客様の要求を「それは無理です」と断るようになるのがいちばんです。

売れている営業マンだったら、お客様の無理な要求には、「それは無理ですよ」と普通にいうでしょう。だから、あなたも同じように返事をすればいいのです。そうすればあなたは「売れている営業マン」のようにみえるようになります。

そりゃあ売れている人はそういえるけど、売れていない自分たちはそんなふうにはいえませんよ———そう思った人も多いでしょう。でも問題は、お客様からみてあなたがどうみえているか、なのです。ですから、勇気をもって、売れている営業マンの真似をしてみてください。お客様が一人もいないのに、「申し訳ありません。その日は予定がいっぱいです。○日と○日なら、時間を取れますが」といえる人こそが、優秀な営業マンになれるのですから。

社長室の絵を否定したら逆に社長から信頼された

営業マンが断ることを覚えれば売れるようになるには、じつはもう一つ理由があります。

お客様には、テレビドラマなどの影響によって、「営業マンはペコペコするものだ」買ってもらうためなら

石原 明

いしはら あきら  
日本経営教育研究所代表/経営コンサルタント

1958年、静岡県生まれ。ヤマハ発動機を経て、85年から「SMI (Success Motivation Institute)」ビジネスに携わる。89年、SMI世界大会のセールス個人部門において、世界約3,000社、約6万人のセールスマンのなかでトップクラスの実績を収める。95年、日本経営教育研究所を設立。以来、講演活動、執筆、各社顧問および幹部教育などで活躍中。著書に、「営業マンは断ることを覚えなさい」(明日香出版社)ほか多数。

営業マンとお客様の気持ちは、こんなにズレている!

自分はお客様のための事を思って一生懸命努力しているのに、なんで売れないんだ!?



(急に「きてくれ」といわれて)

「なんとか都合をつけてうかがいます」



「この人、「会いたい」というと、いつでもすぐに飛んでくるけど、よっぽど暇なのかしら」

(値下げ要求に対して)

「なんとか値下げしました。これでいかがでしょう?」



「なんだ、下がるんじゃないか。だったら、なんで最初からこの値段にするっていわないんだ。この人、信用できない!」

「何でもします。よろしくお願いします」



「この営業マン、よっぽど売れてないんだな。社内でも力が弱そうだし、この人から買うのはやめておこう」

何でもする」というイメージが刷り込まれているのですが、「断る」ことでのイメージを裏切ると、一気に売りやすくなるのです。

もう少し詳しく説明しましょう。営業マンが断るのは普通ではないので、お客様は初めはビックリします。しかしやがて、「初めて正直な営業マンに会った」「普通の営業マンとは違うぞ」と思うようになるのです。同時に、「うまいことをいって、お客を騙して売ろうとする」という営業マンに対する固定観念も、一気に消えてしまいます。

それどころか、断ることをもつと上手に使うと、あなたのことを「その分野の専門家」と思うようになります。あるいは、有益な情報を提供してくれる人だと思えますから、「この人との縁をなくすのは損」と考え、あなたのことを尊重してくれるようになるのです。

とはいえ、頭ではわかっていても、いざお客様の前だとドキドキして断れないという人は少なくありません。なぜ断れないかという点、「そんなことをいったら嫌われてしまう。嫌われたら買ってもらえない」と思っているからなのですが、そのお客様に好かれようという気持ちで、かえって不信感を与えているのです。

たとえば、お客様が「今日は暑いねえ」といって、暑くなくても「暑いですわねえ」と答えていますか。

こういうときにお客様は、「調子はいけど、信頼はできないな」と心のなかでは思っているのです。

とはいえ、クロージングの場面で、「無理して買っていたただかなくてもけっこうです」というのはなかなか難しいもの。そこで私が勧めているのは、クロージングからなるべく遠い場面で、

- 否定語を使う
- 思ったことを口にする

ということなのです。

「否定語を使う」というのは、相手の言動や行動を否定すること。たとえば、服飾売場でお客様に「その服はやめたほうがいいですよ」といってみます。そんなことをいって大丈夫かと心配かもしれませんが、これをやった途端に服が売れるようになってビックリする人が多いのです。

また、「思ったことを口にする」とは文字どおり、ほんとうに感じたことをそのまま口にするということ。

私は営業マン時代、ある会社の社長室に飾ってあった絵を、「趣味が悪いですね。やめたほうがいいですよ」といったことがあります。嫌われるどころか、自分の意見をハッキリいうヤツだと信頼されました。

ペコペコ型の営業スタイルに染まっている人にとっては、いずれも信じられないことかもしれませんが、でも、実際にやってみれば、その驚くべき効果を実感できるはずなのです。