



『営業マンは断ることを覚えなさい』のベストセラー経営コンサルタント 石原明が答えます。

Q 口下手な私がトップ営業マンになるために必要なものはありますか？

業界関連本を30冊読めば口下手でもトップセールスになれる

今まで私が付き合ったトップセールスで、ものすごく口がうまい人はあまりいません。それより、商品知識を身につけたほうが売れます。いちばんいい方法は、自分の扱っている商品や自分の業界の本を30冊読むことです。明らかに商品知識が増えます。相手の担当者や経営者に知識的に豊富なことを理解され、相手に質問されたら、もうその面談は優位に運べるようになります。みなさん営業マンはモノを売る人だと思わず。相談に乗ってあげるのが営業マンの仕事です。今、売れるのは商品がいいか、しっかりと知識でお客様の世話ができるか。ですから、30冊本を読めば口下手でもトップセールスになれます。

Q 自分から話をするとき、聞き手になるときのタイミングがわかりません。
質問すると相手は話してくれる

この人は面談で、自分の話を相手に聞かせ続けているのでは、と心配です。質問の項目を10個くらい用意して面談に行きましょう。質問は簡単なもの、難しいものを5個ずつ用意するといいでしよう。話したくなくても我慢して、とにかく相手に質問を投げることです。たとえば「相手は経営者なら」とご出身ですか？といった質問を最初にしてから、「どうやってこの会社大きくしたのですか？」という質問を投げてください。2時間ぐらい話してください。質問上手になると相手も本当のことを話してくれるようになります。聞くことが好きになれば、もう自分の話す時間が長くなることはありません。

Q テレアポの際に、成約見込みがあるかどうかわかる質問の仕方はありますか？

テレアポの電話は長ければ長いほうがいい

テレアポはアポイントを取るだけのものではありません。私の顧問先の会社では、テレアポの際にできるだけ相手と話して、買うことを想定させるような質問を投げ、相手の情報を引き出す仕組みを作っています。ベストはテレアポで購入意思がある人だけに会いに行くこと。価格も知っているし、商品内容やアフターサービスなど大体のことを理解してくれている相手に会えば、高確率でモノは売れます。それをアポイントだけ取って、面談の場で勝負しようとするのは難しくなるのです。

Q マニュアル以外のことが起こるとパニックになってしまう。

パニックになったら、今日はもう売れないと開き直る

なぜパニックになるかわかりますか？それは売ろうと思っていて売れない状況が起きたからです。ここで、スッパリと売るのは諦めましょう。営業マンは売らないと考えると誰よりも強くなれます。開き直ったら、相手に「私は何がダメだったのでしょうか？」と質問してもいいし、こんなこといったら怒るかなあと思われれることを投げてみていいし、これまでいえなかったことをいってもかまいません。売らないと決めてしまえば、残りの面談は実験の時間。そういうことができるラッキーな場面に遭遇したと考え、それ以後の営業のために有効に使いましょう。

Q 顧客がリピーターになる方法ありますか？
納品後には商品について再度説明に行く

多くのお客様は、実際に使ってみて良さを理解して買っているわけではありません。この商品いいな、と思った瞬間から頭の中では、買おうか、買うのを止めようか、をずっと考えています。ですから納品後に商品について再度説明に行く必要があります。そのとき初めて、お客様は商品の使い方や特性を真剣に聞きます。それが済んでから、はじめてフォローが始まります。決して商品だけを送って終わりにしないようにしましょう。フォローはモノを売ったことによって発生した営業側・会社側の権利。堂々と会社の中に入れて、社内の人と話ができる大切な権利であることも忘れないでください。

Q クロージングを円滑にする方法ありますか？

**相手に「買います」といわせない
クロージング術を身につける**

営業マンが間違っているのは、モノを売ることは、お客様が「買います」ということだと思っているところ。実は「買います」をいわせないのが最高のクロージングです。クロージングは営業マンも怖いものですが、もっと怖いのはお客様。品質も価格も問題ないが買ったことがないモノを買うのは怖いものです。高価になればなるほど、さらに怖さは増します。その怖さを取り払ってあげるのが営業マンです。「買います」といわせずに契約まで持っていくには、できるだけ多くの仮クロージングを仕掛けること。そして最後まで「今月と来月はどちらがいいですか？」サインをここにお願いします」といったようにお客様に負担をかけないことがポイントになります。

営業マンに
主導権があるのが
普通の商談である

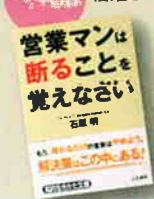
営業は、買ってもらおうことだとみんな思っています。営業は、商取引のひとつの形。商取引ではお互いにメリットがあるから、商談が始まります。売るほうも買うほうもファイティン・ファイティン。しかし、お客様は商品の知識がないから営業を必要とします。ということは、営業マンに主導権があるのが普通の商談といえます。お客様のことをよく理解して、こうしたらいいですよ、とお客様の知らない価値をしっかりと伝えることが営業の仕事であり役割なのです。伝えて買わなかったら相手がいらないということなので、そんな人にも売ろうと考えるはいけません。そういうふうになると、営業の仕事は辛くて、苦しいものではなくて、楽しい仕事に思えてきませんか？ みんな「死んでも売って来い」とか「売るまで帰ってくるな」とかいうから、勘違いして営業

は辛い仕事のイメージになってしまうのです。

営業は楽しい仕事です。テレビドラマに洗脳された営業マンのイメージを壊してください。ペコペコしたり、媚を売ったりするのが営業ではありません。情報を提供するプロとして営業が主導権を取ったほうがいいに決まっています。お客様は、自分がこの人に聞いたらいろんなことを教えてもらえるというスタンスになれば、何でも話してくれます。教えを請われたら勝ちとか相談されたら勝ちとかいうのは、そういうことです。そうなるためにはコミュニケーションスキルばかりではなくて、商品のことをしっかりとわかっていて、その業界のことをわかっていることがすごく重要になります。何も難しいことはありません。知らなければ勉強すればいいだけのことです。そんなに勉強している人はいませんか。

経営コンサルタント
石原明

営業マン、営業マネージャーとして実績を残した後の1995年、日本経営教育研究所を設立し、経営コンサルタントとして独立。以来、講演活動、執筆、各社顧問、幹部教育などで活躍している。



Introduction of book
『営業マンは断ることを覚えなさい』
(知的生きかた文庫)
営業マンの必読書といわれる単行本が文庫になって再登場。マーケティング論も新たに追加されている。

※プレゼントの詳細はP130をご覧ください。