

『営業革新の急所』 8/185

～今回のテーマ:営業同行の一場面～

実戦型営業コンサルタント 林 丈司

こんにちは、林です。

今回は、営業同行で目の当たりにした、スゴイ事例を読んでください。

■その前に、あらためて書きますが、私は営業コンサルタントです。
主に研修形式で、営業職の方々に教育をしながら、彼らの活動改善をしています。

ちなみに研修風景はこんな感じです。↓



(別に手から音波を出せるワケではありません)

■私は、こういった研修を開始する前に、よく教育対象の営業マンの方々数名に営業同行をしています。
わざわざ営業同行をするのは、
●その会社毎に営業パーソンのレベルを把握すること
●彼らの営業活動の KFS (KeyFactorforSuccess) を見つけ出すこと
といった目的があるからです。

営業同行の際は、訪問する営業パーソンの後ろや横で、
少し年を食った中途採用の新入社員の様な顔で

「すみません、まだ入ったばかりなので、名刺も持参できておりません」

と言ったりして礼儀正しくしています。

■同行される営業マンにしてみれば、コンサルタントに見られながら仕事するなんて、やりにくいことこの上ないでしょう。

彼らにはちょっと気の毒ですが、社長命令ですから仕方ありません。

今まで80人くらいの方に営業同行をしましたが、
“業種業界を問わず共通する営業マンの問題点”があるんです。

ということで、代表的な問題点のひとつを、事例でご紹介しましょう。

(最初にお断りしておきますけど、これはホントの話です。
別にオーバーに書いてるわけでもありません。念のため。)

□□□工場などに特殊なプラントを営業しているAさんの事例□□□

▼Aさんは45歳。
あるプラントメーカーの部長さんで、数ヶ月前までは一部上場企業の営業課長だった人です。

このAさんとは早朝に東京駅で待ち合わせしました。
JR東海道線で目的地に向かう車中でいろいろお話を伺うと、なかなか話が上手な人だという印象です。
言葉をよく知っているし、使い方が的確なんです。
それにそのまま書き起こしても、きちんとした文章になるような話し方です。

▼Aさんと一緒に訪問したのは、神奈川県のある大きな工場。
あらかじめアポイントを取っていた設備担当部長に面談し、初対面の挨拶を済ませました。

席に着くや否や、Aさんは自社とプラントの説明をはじめました。
一方的に延々と延々と……。

(以下私の心の声)

……………
…(まだ話してる)……
…(お客さん、うんざりしてるよ、気づけよ～)……
……………(目つき怖くなってきちゃったよ、まずいな～)……

▼Aさんにしてみれば、自社の説明をしながらプラントの納入実績や事例に触れ、
信頼感を得たかったのだと思います。
既にしたように、Aさんの説明自体はけっこう上手です。

★しかし、上手ではあっても一方的な説明じゃ、いやになりますよね。
だって、ついさっきはじめて会ったばかりなのに、
もう20分も、相手に何もしゃべらせていないんですから

▼すると、ついに設備部長が話をさえぎって、ズバッとこう言いました。

「その辺の説明はもういいからさあ、さくさく進めてくれよ」（イライラ）

思わず私は深くうなずきそうになってしまいました。

（うなずかなくてヨカッタ・・・）

二の句が継げないAさんに設備部長は

「要するに、うちのニーズはこれこれこうだ。
だから、あんたからの提案を受け入れるかどうか判断するのはそこだけだ」

と言うのです。

▼あせったAさんは

「実はご提案のプラントでは、弊社が特許を取った設備を使っております。
特許申請ではなく、特許を取得した、という意味です。そこで・・・」

とまた延々と説明をはじめちゃったのです。
今度は15分くらい・・・。

もう私は設備部長の顔を見るのが怖かったです。
たまにおそるおそる見ると、いよいよ眉間のシワが深くなってました。

▼突然、

「そんなことウチには関係ねーよ。
今同じようなプラントを提案してもらっている会社があるけどサ、
仮に無断でお宅の特許を使ってるとしても、
ウチの希望を満たしてるからそっちを選ぶワ」

などと言われて商談は中断してしまいました。

取り付く島もない、とはこのことです。
言うまでもなく、完全に怒らせてしまったのです。

■もう一度断りますが、別にオーバーに書いてるわけではありません。
ホントの話です。

それに、極端な事例、というワケでもないのです。
さすがに、ここまで相手を怒らせた場面に同席したことは他にはありません。

★営業マンが一方的にペラペラしゃべってしまうことはしょっちゅうです。
だいたい普通の営業マンの10人中8人に、はっきりこの傾向が見られます。

(先のAさんについて付け加えますが、彼はいつもこんな失敗をしているワケじゃないですよ。
多分私が同席していたことで、力が入りすぎた面があったんでしょう。
その意味では大変申し訳ないと思いました。)

■営業マンがあれこれと説明したくなる気持ちはよくわかります。
たくさん話すことで、その中の一点でも興味を持ってほしいからでしょう。

★でも、そんな営業、ダメです。
多くの場合失敗します。
なぜなら、相手は

- 聞くことに疲れるので全部聞いていないし
- 聞きながら他の事考えてるし
- 営業マンの話を全部信用したりしないし
- 第一まだ買うかどうか決めてないからです。

そんな相手にぺらぺら説明してどうなるんでしょう。

■人間は話を聞くよりも、自分が話す方を好む動物です。
それに、まず相手に話をさせて情報を収集してからでないと、
ツボにはまった説明はできないんです。

★話し上手は聞き上手です。

話三分に聞き七分なんです。

お互い、気をつけましょうね。

一方的な商品案内をして顧客に嫌われている営業マンの“質問力”を高める！

『あなたの契約を左右する！徹底的に顧客を知る方法』DVD

営業活動において最も重要なのは、お客様を徹底的に知ること！間違いだらけのヒアリングが招いた悲劇

顧客を知るために必要な4つのポイント、相手の心をグイグイ引き出す『言い換え反復法』

詳細はコチラ：<http://www.jaic-g.com/tape/shinkikaitaku/>

【著者紹介】

実戦型営業コンサルタント **林 丈司**（はやし じょうじ）

大手経営コンサルタント会社に在籍後、指導先から請われ、営業マネージャーとして着任。まったくの未開拓地に事業所を立ち上げ、軌道にのせるなど3年間で輝かしい実績を残す。その後、コンサルタントとして復職。平成13年にジェイックへ入社。現在は、ジェイックのパートナーコンサルタントとして、営業現場の改革に精力的に取り組み、実戦的・具体的な営業研修で高い評価を得ている。[著書・講演実績]

『いつも目標達成している人の営業術（アスカ出版）』『週間ダイヤモンド』

「ダイヤモンドビジョナリー」「営業大学」「近代中小企業」など寄稿実績も多数。

直近3年間ではセミナーを122回開催し、5,899名が参加。またDVDなどの営業教材の累計売上45,695件（2012年6月時点）



【発行】

株式会社ジェイック

全国の中小企業50,400社に、社員教育・営業マン採用・新卒採用のサービスをご提供しています。新入社員、営業マン、管理職の初期研修『基礎の基礎』シリーズやJ A I Cオリジナル『7つの習慣®』2日間研修、若手営業マンの採用『J A I C営業カレッジ®』『営業カレッジ®キャリア』など。

営業研修や営業マネージャー研修に関しては、下記までお気軽にご連絡ください。
状況をお伺いした上で、規模や予算、課題に応じて最適なサービスをご提案します。

TEL：03-5282-7600

担当：小原（コハラ）、藤原（フジワラ）をご指名ください