

営業職の方にとって、商談においては、

**目の前にいる顧客に、
商品・サービスの価値を感じてもらい、
納得して購入・契約いただく**

ことが最大のゴールです。

上記のゴールに向けて、「どうすれば買ってもらえるか？」と考えがちなのですが、じつは「買ってもらう」ためには、「買わない理由」を理解する必要があります。

資料では、顧客の「買わない」心理を理解して、購入・契約に至るまでの商談プロセスをスムーズに進められるようになる「4つの不」を解説します。

人が「買わない理由」～「4つの不」～

世の中にある多くの商品・サービスは、「必ず買わないといけない（Must Have）」ものではなく、「あったらいい（Nice to Have）」ものです。商品・サービスの価値を否定しているわけではありません。「砂漠で3日間さまよった後に、ペットボトルの水を150円で売られたら、迷うことなく買いますよね？」というような意味での“Must”の商品・サービスは殆ど存在しないということです。

「Nice to Have、Want to Have」の商材を提案する上で、1つ押さえておくべきポイントがあります。それは、Nice to Haveの商材に対しては、「人は基本的に、買わない理由を作ろうとする」ということです。

買わない理由は大きく4つに分類できます。従って、じつは「買ってもらおうとする」よりも、4つの「買わない理由を丁寧に解除していく」ことが顧客の意思決定に向けた近道なのです。



4つの不：不信、不要、不適、不急

人が買わない4つの「不」とは、

不信： 本当に、この相手を信じていいのか？

不要： 本当に、必要なのか？
(この課題を解決する／欲求を実現する必要があるのか？)

不適： 解決する／実現するために、
本当に、この商品・サービスが最適なのか？

不急： 意思決定するタイミングは、本当に「いま」なのか？

これら4つの「不」を順番に解除していくことが、商談の中でやるべきことであり、すべて解除できると受注に繋がります。

4つの不とセールスステップ

商談においては、4つの不を順番に解除していくことが重要です。漫然とアイスブレイクやヒアリング、商品案内を行うのではなく、各ステップにおける「ゴール（不の解除）」を明確に意識しながら商談を進めましょう。

不信感の解除 アイスブレイクと信頼構築

⇒ゴール『この人なら話していい』『この人の言うことは信じていい』

不要感の解除 ヒアリングとニーズ喚起

⇒ゴール『この問題は解決する必要がある』『実現できたら素晴らしい』

不適感の解除 プレゼンテーションと納得

⇒ゴール『私（自社）にとって、この商品・サービスがベストだ』

不急感の解除 クロージング

⇒ゴール『いま決めた方がいい』

→ ご相談はこちらから ←