

## 営業スキル向上勉強会(#20)

2017年3月17日

書籍タイトル :売れる人が大切にしている！売り方の神髄

今回この本を読んだ目的、きっかけ：

お客様がどういうことに困っているか聞き出す。分かっているけど中々出来ない。

それをどうすれば、お客様から聞き出すことが出来るのか。その方法について知りたいから。その上で、著書を開いた1ページ目にあった『「売る」ことは大事だけど、売ることだけがビジネスの目的ではない。』というフレーズが気になった。

概要：

基本が分かれば、自然と売れていく。基本が分かっていない人は一度「原点」に帰ろう。タイトルに「神髄」という言葉が使われているが、よりわかりやすい言葉に言い直すと、「根本」だ。つまり、基本中の基本だ。

この根本を理解し、出来るようになると、間違いなく仕事が楽しく好きになっていく。

仕事をしている時間は人生の中でもかなり長いので、仕事の時間が楽しいか、苦しいかは、人生が大きく変わると言っても過言ではない。

しかし、多くの人がこの根本を「忘れている」。それでは非常にもったいない。

それともうひとつ。タイトルには、「売り方」という言葉も使われている。

「売り方」と単純に言っても、まさに色々だ。世の中は、「売る」と「買う」という行為で成り立っているとでもいいだろう。

この本を読むことで、根本が見直せるのと同時に、それぞれ、独自の「売り方」のスキル(技術)の奥深く——根本について学ぶ(根本について忘れている人はもう一度理解する)ことが出来る。

理解し、身に付けることが出来れば、無理な値引きを迫られることもない。値段を下げて泣く泣く売らなくていいのだ。そして、お客様から結果的に「ありがとう」と言ってもらえる仕事に変わってくるはずだ。

やはり仕事をやるからには、喜ばれて楽しい方がいいだろう。

参考にしたい点、気になる点

### 1. 『コミュニケーションとは「分かち合う」こと』

コミュニケーションの語源をご存じだろうか。

ラテン語で「分かち合う」ということだ。

この「分かち合う」ことが大きなポイントであり、目的でもある。

つまり、お客様が求めていることを知る。困っていることを知る。そして知るためにはどうするかを考える……この「どうすれば知ることが出来るか」が大切だ。

このとき、分かち合うためのコミュニケーションということをよく考えよう。

一方通行ではないのだ。

商売なので、売ることが目的になるべきだと思いがちだが、目的はコミュニケーションなのだ。「売上のためのコミュニケーション」となると、お客様の声を聞き出すのではなく、売り手からの一方通行、押し付けになっていく。

例えば、著者が最初に働いた呉服業界を例にとる。

呉服屋さんは、お客様とのコミュニケーションを大切にする。その昔、呉服屋さんは街のコミュニケーションの中心的存在だったのだ。暇があれば呉服屋さんでお茶を飲み、色々なお喋りをして、子どもの話から、夫婦間の話、嫁姑の話など様々な話をする。その上で聞かれることもあるわけだ。「どうしたら良いと思う？」と。

そこで、色々な人から聞いた話の中から役立つような情報を伝えて、「ありがとう！助かったわ！」なんて喜んでもらっていた。こんなふうに呉服屋さんを中心にコミュニケーションが成立していた。たくさんの情報が集まり、たくさんの人と分かち合っていた。結果的に、必要なときに必要なものが売れていったのだ。

それが常態化してきて、「コミュニケーションをとれば売り上げが上がる」と考えるようになった。つまり、「売り上げのためのコミュニケーション」になった。

「お客様の声」に耳を澄ましていれば、お客様の变化や、困っていること、何を求めているかに気づくようになる。

## 2. 「相手のことを、どこまでイメージ出来ているか」

まず、相手がイメージ出来ているか。

伝えるとき、その伝える相手がしっかりとイメージ出来ているかどうか大切だ。

伝える相手が見えていないと、「思い」を込められない。

また、どんな状態で、どんなことに困っているのかも分からない。そんな人に何を伝えようというのだろうか。

例えば、人間の脳ミソは、基本的に興味のあることにしか反応しないようにできている。例えば、著者はゴルフが好きで興味があるので、街を歩いているだけでもゴルフという言葉が自然と目に入ってくる。でもゴルフが好きでない人は、同じ道を歩いているでもゴルフショップなど全く目に入らない。

こんなふうに、同じことを見ているようでも反応するのは、興味のあることだ。だから伝えるときには、**相手を絞り、相手をイメージ**すること。

- ・ **どんなことに興味があるのかな？**
- ・ **どんなことで困っているのかな？**

これが**明確**に見えることが大切だ。**興味のある人に、興味のある情報を伝える。**こう

して情報をマッチングさせることが大切だ。「売る」とは、本来そういう行為のことを言うのだ。

### 3. 『「聞く」ことは大事だが、聞いているだけではいけない。』

著者は「聞き営業」という言葉を一時期よく耳にしたが、ご存じだろうか。

とにかく相手をしゃべらせて聞くことに徹するというもの。相手は聞いてもらえるとうれしいので、とにかく話をさせてひたすら聞く。聞いたことは他愛もないことが多いので聞き流しても大丈夫というもの。

残念なことだが、こういう営業マンは少ない。

もちろん「聞く」ことは大事だ。たとえ聞き流しても、こっちがベラベラしゃべるよりはマシだ。

ここでもう一度見直そう。知らないうちに聞き流し営業になっていないだろうか。何のために聞くのか。何を聞くのか。

ただ聞くのではなく、シッカリと聞き出す。そのためにちゃんと準備することが営業の信頼の第一歩になるのだ。

もちろん逆算で、聞き出したい課題を明確にしなが、質問を考えていくことも可能だ。例えば、「人材確保が大変」という課題が引き出したければ、そこにつながる質問を考えていくのだ。

- ・ 業界新聞で話題になっていた
- ・ スタッフのブログに採用活動の記事があった
- ・ ホームページに採用情報が載っていた

などを情報源として、採用に関する状況や、実施している具体策や成果などを聞いていく。その過程で、採用のうちでも一番の課題は何かを見つけ出していくのだ。

ただ、基本的に自分の仕事につながる情報だけでなく、本当の課題は何なのか？を聞き出していく姿勢が大切だ。

それは、何故か。

売るために聞き出しているのか。一緒に課題を解決したいために聞き出しているのか。どちらが腹の底にあるかで、相手の反応が変わってくるからだ。

お客様の課題解決のお手伝いをするという立場で考えないと、ただのテクニックを駆使した嫌な営業マンになってしまうから要注意だ。

### 感想

今まで、営業に関する著書を読んできたが、そのほとんどに楽しくなければ、営業はうまくいかないと書いてあった。まだ、自分の好き嫌いの前段階であるからどうお客様とコミュニケーションを取ればいいのか不安もあるし、また、お客様とどんな話をするんだろうというワクワクもある。今回、この本を読んで、営業のあり方の根本について学んで、その不安も小さくなったし、実際にお客様が困っていることを聞き出してみたいという気持ちが強くな

った。また、今までの営業向けの本には無かった、もしくは、少なかった、販促チラシの作り方のポイントや法人向けの営業方法なども載せられていて、営業職であれば、どんな人にもためになる著書だと感じた。