



断られた時から始まる「継続アプローチ」

あきらめない営業Ⅰ【Ⅰ】 シリーズで発行します

営業マンの成績格差は17倍!

上位1割の営業マンは、下位1割にくらべ4.1倍粘っている。粘れるかどうか営業マンの成績格差につながっている。

あきらめないことが大事だということ、なかには「判子を押してもらえぬまで帰しません」と強引に粘る営業スタイルをイメージする人もいるだろう。しかし成熟市場に求められているのは、単発の案件に対する粘り強さではない。種まき型営業に必要なのは、あくまでも顧客との関係性を築くための粘り強さである。つまり案件があろうとなかろうと、継続的にアプローチをすることが大切なのだ。

継続アプローチで顧客と関係を築くことで、営業担当者は以下の四つのメリットを得られる。

【1】一回一回のアプローチが蓄積されて財産になる。

顧客関係性をゴールに継続アプローチすれば、案件が取れても取れなくても関係性が積みあがっていく。関係性の蓄積は大きな武器だ。

【2】リピートや紹介のチャンスが増える。

案件数が少ない成熟市場では、新規案件に多くの営業担当者が殺到する。数多くの候補の中から取引先を選ぶのは、顧客にとっても大きな負担になる。そのため新規取引先をシャットアウトして、付き合いのある営業担当者だけで話をする顧客も少なくない。

【3】利益率の向上

案件にこだわらずに顧客と関係を築いていけば、まだ明らかになっていない潜在的なニーズをいち早くつかみ、そのニーズを満たす確かな提案が可能になる。そこで顧客に価値を感じてもらえれば、それが競合との差別化になり、値引き不要で適正な対価を獲得できる。

【4】安定した売り上げ基盤ができる

市場が悪化するにつれてトップセールスと下位セールスの差が広がったのは、トップセールスがロイヤルカスタマーに支えられて下げ幅を最小限に抑えたのに対し、得意客のいない下位グループは壊滅的に成績を落としたからだ。継続的にアプローチをする事により、不況でも揺るがない強固な信頼関係を築く。

顧客の断り文句(例)

- すでに他社と付き合いがある → 取引先を変更しないという意味ではない
- 価格が高いという印象がある → 見積もりを出して比較検討したわけではない
- 忙しくて話を聞いてもらえない → 本当に必要だと感じれば時間は取る
- 不景気で予算がない → 予算がないと言えば営業が来なくなると期待している
- いまは検討していない → 将来は検討する可能性があるということ
- 親戚/知人から買っている → 比較検討してメリットがあれば切り替える可能性あり
- 満足していて何の問題もない → 100%満足していることはない為 断り文句
- 興味がない → 商品に興味がなくとも コスト削減などのメリットには関心がある



プレゼン特 2011.7.18 より

『お金のために働いても、幸せになれない』

会社が高い報酬で処遇すべき人材というのは、会社の経営理念を理解し、自社のサービスや商品を心当たりなものだと感じて、世に広めるべく、自分でものを考えて動ける社員(自立した社員)です。このような社員は、もはや「お金」のためだけに働いているのではなく、自分の仕事にプライドを持って、喜びを感じながら自分のために働いているのです。

誰もが高い賃金をもらって楽しく働きたいと思っているはず。それなら、まずは「お金のために働く」という考え方を改めて仕事をしていくことが自分の幸せにつながる早道なのです。



おばあちゃんの知恵袋

【疲れ目がラクになる】

目に直接動きかけて、目の周辺のコリをとり、痛みをやわらげて不快感をとるツボです。



- 場所
目頭の先端のくぼみ、鼻の付け根の両端
- 押し方
目を閉じて、左右の晴明を両手の人差し指で鼻の両側から押しはさむようにします