

ダメ営業マンほど話がやたらと長く細かい理由

「トップ営業マン」と呼ばれる人たちは、総じて接客時間が長い。1～2時間もザラである。このため、多くの営業職は、顧客に対して「長く」「細かく」話をする方が売れると考えているが、本当にそうだろうか。筆者の体験も踏まえて検証してみよう。
(営業サポート・コンサルティング代表取締役、営業コンサルタント 菊原智明)

長く細かく説明すれば売れるというのは間違い

多くの営業マンが「長く説明しないと売れない」、もしくは「こと細かに伝えたほうが契約は取れる」と思い込んでいるだろう。しかし、それはまったくの誤りである。実は、長くなればなるほどお客様の購買意欲は下がり、買ってくれなくなるのだ。なぜ、そう断言できるのか。

それは私自身が嫌というほど味わってきたからである。私はハウスメーカーの営業マンとして入社して7年間、鳴かず飛ばずのダメ営業マンだった。クビにはならなかったものの、いつも成績は最低ランクだった。営業会議では「標的」にならないよう、いつも気配を消していた。

ダメ営業マン時代の私とはいうと、まったくやる気がなかったわけでもない。営業センスがないながらも「スキルを上げて、なんとか契約を取りたい」と考え努力した。

例えば、お客様に対して長時間、商品説明できるように毎日トークを練る、もしくは後輩をつかまえてお客様役をしてもらい、ロープレをしたりした。

口下手な私ではあったが、毎日のように練習すればトーク自体はうまくなる。しかし、逆にうまくなればなるほどお客様の反応は悪くなった。

新人営業マンでも平均接客時間は20分程度になる。トップ営業マンクラスになれば1時間、2時間と長時間になることも珍しくはない。だが、当時の私とはいうと、10分も持たずにお客様に帰られてしまうのだ。

その結果を反省し、「もっとトークを磨かなくては…」とさらに練習する。これがますます悪循環となってしまい…最終的には5分程度でお客様に帰られてしまうまでに悪化してしまった。

ずいぶん後になってから気が付いたのだが、トップ営業マンとはいうと接客時間は長いものの、長々と商品説明などしていなかった。その代わりに、お客様の警戒心を解き、悩みを聞いていたのだ。その事実を知らずに「なんとか接客時間を長くするぞ」を意気込んでいた。

ダメ営業マン時代の私は完全な間違いをしていたのだった。

話が長い人は嫌われる

これは日常のコミュニケーションでもいえる。ある集まりに参加したときのことだ。

丸型のテーブルに6人1組として顔が見えるように座り、お互いに1分間程度の自己紹介をした。

このグループは年齢も近い人が多く、いい雰囲気でも話が展開する。他のグループよりもはるかに盛り上がりつつあった。しかし、時間がたつにつれ、だんだんと空気が変わっていった。

グループの中の1人男性Aさんが話をするたびに他の人たちが、曇った表情をするようになったのだ。気が付けば、シラケた雰囲気になっていた。たった1人の存在がグループ全体の盛り上がりの火をけしてしまったのだ。

Aさんは何かをディスったり、ネガティブな発言をしていたわけではない。

前向きで、ネタ的にも面白かった。知識も豊富でかなり勉強している様子である。にもかかわらず、周りの人は話を聞こうとし

東北から元気発進！！ワクワク"夢実現"プロジェクト



仕事と生活調和推進企業として
ワーク・ライフ・バランスの実現を応援します

なかった。その理由はズバリ、“話が長い”からだ。

とにかく1つの話が始めるとオチまでが長い。聞いていてストレスがたまる。しかもそのことに本人はまるで気が付いていない。これには参った。

例えば、「先日ある翻訳本を読んだのですが、非常に興味深い内容でして…」と始まる。周りの人が《どんな内容なのだろう》と聞いていると、「そうそう、この著者は海外の有名大学を出ていまして、大学時代は〇〇の活動を…」と話が膨らんでいく。その間、誰も口を挟めない。知識量はすごいのだが、聞いていてイライラする。仲のいい友達ならば「そんな余計な話はいいかから早く内容を教えてよ」と突っ込むだろう。

1つの話が3分、4分、5分と続くと聞くのがしんどくなる。こうしてAさんは知識が豊富なにもかかわらず、グループで孤立していったのだ。

あなたの周りにも“とにかく話が長い”という人がいないだろうか？

話に夢中になり、周りが見えていない。自分だけが盛り上がり、周りは冷め切っていることもよくある。こういった人は自分では気が付いていないことが多い。

もし、あなたが話を始めた時、周りの人の顔色が変わったら要注意である。

できる人は話をしても気持ちがいい

できる人はそんな話し方はしない。

1つのエピソードに関して簡潔に話し、オチも無駄に引っ張らない。いいタイミングでスパッと伝える。その上、こちらの意見を聞いてくれる。だから話をしても気持ちがいい。

営業マンの商品説明とコミュニケーションには共通点がある。話す時間に比例して、相手は冷めていくものである。

特に、そのことを実感できるのは自分がお客様になった時だ。

あなたが何かを購入しようとお店に行ったとする。店員さんが近づいてきて、次から次へと商品の特徴やスペックを話し出す。説明の途中で《質問したいな》と思うが、その際さえ与えてくれない。

こんな状況だったらどうするだろうか？話が途切れた時を見計らって「また来ます」とその場を立ち去るだろう。

自社商品についてポイントはしっかり説明する。それは大切なことだ。しかし、長く説明する必要はない。スパッと伝え、「こういった機能はいかがでしょう？」と質問する。その方が何倍もうまくいく。

営業もコミュニケーションもキャッチボールを意識したトーン、相手の反応は驚くほどよくなるものだ

プレジデントオンラインより

軽減税率制度？

2019年10月に消費税が10%に引き上げられます。消費税引き上げにあわせて実施される「軽減税率制度」とは何か。

簡単に言うと、来年10月以降も定期購読の新聞と食品の買物は基本的に消費税率は8%のままと言うことです。税率が軽減される対象は、大きく分けて2種類です。

1. 定期購読契約が締結された週2回発行される新聞
2. 酒類・外食を除く飲料食品

消費税率が10%になる「外食」の定義とは？

店内飲食（イートイン）は軽減税率対象外（消費税率 10%）…ファーストフードやコンビニのイートインコーナーの飲食を前提として提供される食品。フードコートでの飲食。ケータリング・出張料理。そば屋・ピザ屋での「店内飲食」

店外飲食（テイクアウト）は軽減税率対象（消費税率 8%）…ファーストフード店等での持ち帰り、コンビニの弁当・惣菜、テーブルや椅子がない屋台での軽食。そば屋・ピザ屋での「出前・宅配」 軽減税率で得するには、テイクアウトや自炊がお勧めです。

東北から元気発進！！ワクワク“夢実現”プロジェクト



仕事と生活調和推進企業として
ワーク・ライフ・バランスの実現を応援します