

INDEX

1. 営業力を極める

(11) 一人ロールプレイを実践する

取締役副社長 若林 信孝

2. 受注力アップ実践スキル

(1) はじめに「売れる営業マン」と「売れない営業マン」

営業力を極める (11) 一人ロールプレイを実践する

取締役副社長 若林 信孝

どこでも出来る

前号で顧客の断りに恐怖を感じる「断り恐怖症」を克服する秘策が、仲間達とのロールプレイによるリハーサルだと述べた。しかし、仲間と二人でロールプレイの出来る環境にない営業マンには、営業マンが顧客役と営業マン役の一人二役を演じる一人ロールプレイをおすすめしている。一人ロールプレイの利点は(回りに人がいなければ)時間と場所を選ばないことにある。事務所、歩道、駅の構内、電車や車、自宅などどこでも可能だ。だから、多忙を極める営業マンでも必ず実行出来る。そしてその効果は2つ考えられる。一つは営業マンと顧客の心理を同時に仮想体験出来るので顧客理解が深まること。もう一つはプレゼンテーションやトークの内容を頭の中の思考で終わるのではなく、声に出すことにある。私は今でも新幹線や飛行機での移動中、(回りに人がいないことを確認して)自分に聞こえるほどの音量でボソボソと一人ロールプレイを行っている。実践しているとわかってくるのだが、満足のいく一人ロールプレイの商談では望ましい結果に終わることが多いが、逆の場合はやはり期待に届かない。顧客役の自分の反論に営業マン役の自分がうまく対処できない。また、営業マン役の自分のトークに顧客役の自分が気の利いたコメントを打てないなどの現象は、不満足なロールプレイの一例だ。しっかり来る場合は事前の予想と異なる展開になっても緊張は高まらない。最後はいい結果に落ち着くことがわかっているからだ。そのような経験を通じて私の現役時代は、満足出来る内容に達するまで何回でも一人ロールプレイを繰り返した。資料やツールの作成など商談の準備中、約束した商談日の前日、訪問直前など、数回のタイミングで実施したことで、商談内容や資料の質が高まり、「今回の商談もうまくいく」と自信を持つことが出来た。商談前日の一

人ロールプレイでそれまで完璧だと思っていた完成資料に違和感を持ち、急遽見せ方を一工夫したことで競合に勝てた記憶もある。

声を出す

「 会社の です。この地域の担当になりましたのでご挨拶にお伺いしました。弊社はご存じでしょうか。こちらの地図をご覧ください。 町のコンビニエンスストアの隣で工事をさせて頂いています。ご迷惑をおかけして申し訳ございません…」土地活用営業でおなじみの初回面談における入りのトークだ。このトークを沈黙して読む場合と大胆に表情筋を動かし、高低や強弱を変えて声を出して読む場合とを比較して欲しい。声に出すことで顧客が興味を持つような声質や音量、高低、強弱、速さなど抑揚のつけ方を確認できる。例えば、「こちらの地図をご覧ください」の「こちらの」を少し高めに強く早いテンポで述べてみる。顧客の立場で聞くと視線は資料に向き、営業マンのトークに集中しようとしていることがわかるだろう。

さてプロセスごとに状況が異なる商談の直前で一人ロールプレイを実施するなら、約束の時間より20分くらい早く現地に到着するように予定を立てよう。現地の近くに車を止め、その中でロールプレイを行うが、商談全体ではかなりの時間を費やすことになる。そこで、私は重要な場面を1シーンに絞った。例えば、商談の始まりの場面、顧客の疑問や反論の予想される場面、そして、クロージングの場面など、成果に大きく影響を及ぼすような場面の一つだけピックアップした。「前回のご要望を確認させていただきます。第一に家族全員が自然に集まるような居心地の良い空間を創りたいということでしたね」ここで、顧客役の自分が「うんそうだったね」と頷く。「そこで、リビング、ダイニングをこの位置に持ってきました。リビング、ダイニングを囲むように玄関、キッチン、水回り、和室を置いています。…この位置なら家族の方々が自然に集まることができると思いになりませんか」「確かにいいアイデアだね。良く考えられている。でも、この空間だとプライバシーが守れないのでは…」この質問に顧客役の自分が納得出来る応答をしたら終える。短時間でも集中すれば、成果は必ず上がる。ぜひ、挑戦して欲しい。まず、声に出してロールプレイすることだ。

さて、リハーサル効果で顧客の警戒心を取り除き、落ち着いて対話が出来るようになったら、即座に商談に入りたいところだが、その前に自分の会社を紹介することを忘れてはいけない。「お宅の会社は信用できますか」と質問されて初めて会社をPRするのは遅いのだ。その顧客は既にその会社を信頼していないからだ。ただし、商談の開始時点で十分に時間を費やしたからと言って会社紹介を終わってはいけない。意識してその後も繰り返し行う必要がある。

会社選択の基準

「お宅の商品は気に入っている。だけど会社が倒産したら困るよ」「確かにプランも仕様もいい。今回はソーラーシステムも破格で提供してくれている。申し分ない内容だけどお宅の会社が心配なのだ」「一生に一度の買い物だから、本当に信頼できる会社を選びたい。プランや仕様・設備も大事だけどそれ以上に大事なものは信頼だよ」数回に渡る商談後半の面談で顧客が実際に発した反応である。商品やその仕様・価格だけではなく、営業マンの対応は当然のことながら非営業部門の社員の対応、例えば、約束の順守度や電話での応答、現場の美化状況などを含めて顧客は総合的にその会社を評価する。会社選択の理由として営業マンの優秀性と共に会社の信頼性がいつも

上位に入る。商品のメリットを理解してもそれを建築する会社を信頼出来なければ、顧客は依頼しない。例えば、どんなに自然素材を気に入っていても施工する工務店への信頼が乏しければ発注しない。デザインやインテリアが卓越していても、そこで働いている人達に好感が持てなければ駄目だ。注文住宅のような請負契約の場合、自動車やパソコンのように完成品を見て判断出来ないため、その組織の雰囲気ですその会社を判断する傾向にある。つまり、「物」ではなく「人」で評価するのだ。しかし多くの営業マンは人と組織を売り込むために会社紹介に時間を割かない。会社の内容が顧客の興味やニーズとは関係ないものだと思い込んでいるからだ。

ところが顧客は、自分が建築を依頼すべきか否か迷っている会社の信頼性を営業マン自身の言葉で明確に確認したいと潜在的に思っている。「営業マンであるあなたは一生に一度の家の建築を自分が働いている会社に依頼しますか」と。だから、創業年数、実績、社員数、売り上げ、ISO取得などマニュアル通りの単純な会社紹介では物足りない。営業マン自身の社長への信頼度、仲間達や協力業者とのチームワークの良さを自分の経験から本音で述べなくてはいけない。自分自身も家を建築するときは自社の仲間達に依頼したい、と真剣に語るべきである。誰かが作った会社紹介では顧客は納得しないのだ。あなたやあなたの部下は自分だけの会社紹介を実践しているだろうか。

(次号に続く)

実践に役立つ営業スキルを、「アルファヴォイスコンサルティングオリジナルセールステキスト」より抜粋し、解説します。住宅、土地活用、リノベーションなど、すべての建設営業に活用できるスキルです。

[これからのテーマ]

- (1) はじめに 「売れる営業マン」と「売れない営業マン」
- (2) 建設営業4つのマーケティングスキル
- (3) 営業プロセス 会社理念、商品コンセプト、商品特長・メリットを語る
- (4) 営業プロセス 商機面談～クロージング
- (5) 問題発見 & 問題解決型営業 プラン見積り先行型営業かでは契約できない-
- (6) 敷地環境調査のやり方 お客様に提出する パーソナルプレゼンテーション
- (7) クロージング テストクロージング & クロージングプロセス-
- (8) セールスコミュニケーションスキル(SCS) お客様との会話における原理原則

営業とはどのような仕事か

1

ハーバードビジネススクールのセールスマンシップ第一章の冒頭に、
『人間生活すべてが営業活動である。営業力を身につけることは人間力を身につけることである』と書かれています。**プロの営業マンになることは、すなわちプロの人間になることです。**

人と接して嬉しいこと、辛いこと、成功したこと、失敗したことが人生においてたくさんあると思いますが、そういった体験を生かすことが基本となります。

営業という仕事を通じて、人間的成長を図っていくことができるのです

2

仕事と作業は違います。作業とは自分で考えず、与えられた指示をこなすことです。仕事には目的や目標があり、またすべてに結果があり評価が存在します。営業の最終目標は契約です。仕事をする時には、目的や目標を達成する成功イメージを持ち、自分で考え取り組んでいくことが大切です。

自分で仮説を立て検証し、それを結果として契約につなげていくことが営業の仕事です

3

営業には顧客のニーズ(欲求・要望 / 不安・不満)をつかむためのコミュニケーション能力と観察力が必要です。営業でもっとも大切なのは顧客の心を知ること、営業マンの心を伝達することです。ニーズをつかむには信頼関係を構築し、「情報提供」と「情報収集」により顧客の心を知り、営業マンの人間性や会社・商品を伝えなければなりません。そのためには、相手の態度・表情・しぐさ・目線などを観察し心情を読み取っていくことが大切です。

信頼される 満足してもらい・契約がとれる 感謝される・喜んでもらうことが営業です

4

効率的かつ効果的に成約に持ち込むための営業スキルを習得し、訓練し継続することを実行すれば、必ず契約することができます。

役者はリハーサルを何度も行い、本番の舞台上がります。オリンピックでメダルをとる選手は、苦しい練習を積み重ねているからこそ栄光を手に出れるように、営業マンにとっては顧客との面談が本番です。日頃の訓練があってこそ本番で成功するのです。

営業には定石があり、ルールがあり、基本があります

売れている営業マン、売れている会社

「初期面談で80%契約が決まる」、と言われるほど重要な場面です。お客様は社員を通してこの会社と契約してよいか判断しています。初期面談でお客様に与えた印象は、その後の面談を大きく左右します。

会社、商品が好きであること

- ・一人称で語るができる「私がお家を建てるなら～」
- ・商品、会社のインプリント(刷り込み)ができる
- ・住まいづくり哲学(理念、価値)を語るができる
- ・目に見えない価値を伝えられることができる

顧客選別(セグメント)能力が高い

- ・「追う顧客」「追ってはいけない顧客」を選別する
- ・100人中3人の方に建てていただければよい(3%のマーケティング)

顧客との間に信頼関係が構築できる

売れない営業マンのこんな現象

- ・お客様との約束(アポイント)が取れない
- ・初回面談でお客様に着座していただけない
- ・お客様と雑談ができない 雑談ばかりで本題(商談)に入ることができない
- ・営業マンが一方向的に話をしている
- ・営業マン自身の思い込みで話をしている
- ・お客様を観察していない etc.

お客様との信頼関係構築3原則

信頼関係の構築には、3原則を意識して面談することが大切です。

初期面談(初めて会ったとき)の印象が良いこと = 「真実の瞬間」を意識する

時間と空間を共有すること = 短期間に何度も会う

人間的側面でお付き合いすること = 家族など個人的な話題に入る

趣味、出身地など共通の話題に入る

以上

掲載内容・公開セミナーについてのご質問・ご意見、また、アルファヴォイス倶楽部のメール配信をご希望の方はご連絡下さい。info@alpha-vc.co.jp / FAX03-5215-8717

アルファヴォイスコンサルティングHP <http://www.alpha-vc.co.jp>