

INDEX

1. 営業上の課題を解決し、最高の営業マンを目指す

—基本を愚直に実践する習慣をつける—

(8) 思い込みをはずす

代表取締役社長 若林 信孝

2. AGC海外人材トピックス 日本企業で活躍する海外エンジニア No.1

営業上の課題を解決し、最高の営業マンを目指す

—基本を愚直に実践する習慣をつける—

(8) 思い込みをはずす

代表取締役社長 若林 信孝

■「土間のある家に住みたい」

「私なりにいろいろな住宅をホームページで検討したところ、お宅の住宅に興味を持ちました。そこで、相談に乗って欲しいのです。実は土地を探しているのですが、いい土地がなくて。土地は探して頂けるのですか」「もちろんです」「県内の〇〇市でお願いしたいのですが」とご主人。「ところでプランのご要望はございますか」「ええ、土間のある家に住みたいと思い…」と奥様が口を挟んだ。「土間のある家に住みたいということですね」「はい」「それでは、1週間ほど、お時間を頂ければ、プランとお土地をセットにしてご提案出来ると思います」「お願いします」とご主人。その営業担当者は顧客との約束通り、1週間で土地とプランを提案した。彼は自分の懇意にしているその地域の不動産屋から情報を取り、立地、形状、方角ともに顧客の要望に合った未公開の土地を運よく見つけられたのでうまくいこうと意気揚々と商談に臨んだ。しかし、その商談は彼の予想を裏切り頓挫してしまったのだ。

土地には満足したもののプランは顧客の要望を全く無視したものになっていた。結局、この商談が原因で契約は他社と締結された。私達はこの失敗から何を学ぶべきなのだろうか。その営業担当者は顧客の最優先のニーズが土地の立地と形状だと判断していた。だから、プランは二の次でいい土地さえ紹介すれば、契約は間違いないと思い込んでいたのだ。さらに、奥様の要望である土間をキッチン横の食品庫のようなものだと思っていた。だから、「土間といますと」「どのような使い

方をされるのですか」「なぜ、土間でないといけないのですか」など、土間の用途や目的、奥様のイメージを把握することはしなかった。結局、標準間取り集の中から食品庫のあるものを選び提案した。

私達は過去の経験から物事を判断する傾向にある。その判断が強い思い込みになり、予期せぬ失敗やミスを招く。例えば、図面上ではベランダの角が直角になっているのに今まで建築したベランダの角が丸みを帯びていたので、現場監督も型枠の職人も図面を無視して丸みを帯びたデザインで建築してしまい大きな損失を出してしまった事例など、建築には担当者の思い込みによるミスが案外多い。

さて、その顧客の土間のイメージは雨の日でも洗濯物が乾かせるリビング前のサンテラスのようなものだったようだ。洗濯物を干すという目的だけで居間の前面に空間を創るのだろうか疑問に思うところなのだが、今となっては顧客の真意を掴むことは出来ない。しかしその空間がその顧客の住まいを建てる動機だとしたら、奥様の落胆はさぞかし大きいものだったろう。実際、そのプランの提案を受けた瞬間、奥様はひどく残念な表情をされ、それ以降その営業担当者に視線を向けることはなかったのだ。決断には必ず何らかのきっかけがある。そのきっかけが動機となることが多い。その奥様は今のアパートでたくさんの子供達の洗濯物を干そうとしたとき、雨が降り出しひどく困ったことから家を建てようと思い始めたのかもしれない。だとしたら、土地の立地や形状よりも大切なニーズだったに違いない。このような判断ミスは彼だけでない。私達にも一杯ある。妻の依頼に応えられない私のお使いなどその典型だ。いつも「初めてのお使いの子供達より酷いわ。ちゃんと人の話を聴いてよ」と酷く叱られる。自分の思い込みを外すことが出来れば失敗やミスはかなり減少するのだろう。私の妻のストレスも随分軽減される。ところで思い込みをはずす手段はあるのだろうか。

■少ない情報で判断しない

先の事例で言えば、営業担当者自身のイメージの正しさを確認するためには「とおっしゃいます」とか「土間というとキッチン横の食品庫のようなイメージですか」と質問すればいいのだが、そもそも自分の判断に間違いはないと思い込んでいるのでその質問が出てこない。「いい土地さえあればうまくいく。今月の契約が見込める。やったね」という自分の手柄に喜ぶ気持ちよりも「少ない情報で判断すると思い込みになり失敗する。顧客の役に立ちたい。顧客のためにもっと詳細に内容を聴かなくてはならない。土間の意図を確認してみよう」という想いの方が強ければ、素直に質問出来るかもしれない。自己中心の発想が思い込みに繋がることは多い。顧客の側に立とうと思えば、その判断が間違いかもしれないと気づけるかもしれない。

また、先の商談現場で顧客の表情が一変しても気を取り直して挽回することは出来ないのだろうか。事前予測とは異なる出来事、予期せぬ展開になることは商談では良くあることではないか。顧客の不快そうな反応に対し「私の思い込みで顧客を不快にさせてしまった。失敗だ。しかし、この失敗を顧客の真のニーズを把握するチャンスとして捉えよう。自分の非を認めもう一度だけチャンスを頂きたいと頼んでみよう。なぜなら、このお客様の役に立ちたいからだ。お客様に幸福になって欲しいからだ」と思うことは出来ないのだろうか。失敗やミスのために落ち込んで感傷的になるより、はるかに生産的だ。「お客様のために絶対に挽回する」という想いに集中すればいい。否定的な感情に

浸るのではなく、現実には起きていることを客観的に観察し、物事の本質を掴もうと努めれば、必ず問題は解決するという信念を持つことではないのだろうか。

■動機は「紺のワンピース」

一人でふらっと展示場に来場したその奥様は三日後にある大手住宅会社との契約が決定していた。いつもなら「どうぞ、ご自由にご覧下さい」と接客はしないのだが、その奥様の表情が気になり「せっかく、ご来場されたのだから何かお役に立てたらいいわ。少しでも住宅計画の参考になればありがたいわ」と丁寧な接客を開始した。奥様は営業担当者の話を真剣に聞いた後に「何かピンとこないのよね」と独り言のように呟いた。「とおっしゃいます」と質問すると「契約は決まっているのだけどどうしても前向きになれないのよね。プランもデザインも予算も要望通りだし営業マンもいい人なんだけど何が足りないの」営業担当者はこのお客様の隠れたニーズを把握しようと表現を変えていろいろと質問を試みたが、やはりピンとくる返事はなかった。「困ったな。何とかお客様のお役に立ちたい。うまく対応出来ないかしら」と思ったところ次のような質問が口から出た。「そもそもどうして家を建てようと思ったのですか。そのきっかけは何ですか」

「うーん、何だっけ。あつ、そういえば、デパートでとても素敵な紺の夏用のワンピースを買ったの。ちょっと予算オーバーだけど主人に頼んで無理したの。アパートに戻って早速試着したらとてもいい感じで嬉しくなったわ。このワンピースなら友人とのランチも楽しく出来ると思ったわ。ところが、そのワンピースを大切にしまおうと思ったら、収納が一杯でしまう空間が無かったの。とても悲しい気持ちになって、それで主人とアパートではなく自分達の家を持ちたいと思い始めたのよ」「そういえば、5社にプランを出して貰ったけど、どこの営業担当者にも今の話はしてないわ。だから、契約が決まってもピンと来なかったのよ」住まい造りを計画しようと思い立ったきっかけは紺のワンピースだったのだ。顧客はこの会話からその営業担当者に契約予定の会社が提出しているプランを見せながら、収納の要望を饒舌に語り始めた。「とてもスッキリした気持ちになったわ。有難う。感謝するわ」奥様と要望に沿った収納計画を提案することを約束し、プランの提出後、結局、その大手住宅会社を断り2週間後に契約に至った。「契約の決まっている顧客だから接客しても時間の無駄だ。自分にはやらなくてはいけない仕事一杯あるのだから」か「せっかくご来場されたのだから、何かお客様のお役に立ちたい」と思うのか、それはあなた次第である。

(次号に続く)