

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—

(31) ダークサイドに光を当てる

代表取締役社長 若林 信孝

2. 5大営業管理(ACTIS) No.19 4.進捗状況スケジュール管理《顧客カレンダー》-[5]

3. 「営業マンのための 商談直前 10分ワンポイントスキル」

『生配信 LIVE&チャットで質問セミナー(無料)』を3月より開始します

面談前に10分だけ見て、1つだけ覚えてお客様との面談に臨んでください。

必勝シリーズ:(住宅営業対象) 商談の目的別に面談の技術を覚える

極意シリーズ:(住宅、土地活用、建設、不動産、一般営業対象) お客様との
コミュニケーションする話し方を体得する

ZOOMで生配信

チラシ [2021年 第20回 新営業マン スキル・知識研修]

開催 2021年6月8日(火)~11日(金) ◆◆オンラインセミナー◆◆

(A) 営業スキル編 2021年6月8日 or 9日

(B) 営業対話力強化(SCS)編 2021年6月10日 or 11日

(A)、(B)より各1日を選んでご参加いただけます。

※詳しくは同封のチラシでご確認ください

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—

(31) ダークサイドに光を当てる

代表取締役社長 若林 信孝

■ 消極的で否定的な心情

「デジタルトランスフォーメーションの時代に飛び込みなんか前近代的なことをやっても成果は上がらないと思う」

「朝から30本も電話しているにもかかわらず、また、断られた。嫌になる。AIの活用によりデータ分析して、見込み客を絞り込み有望客にアプローチすべきなのに」

「マーケティングはアウトソーシングでやる時代なのに、いまだに開発営業を自社でやっている。営業マンの負担が大きいと思う」

このように消極的で否定的な気持ちを持ちながらも営業現場で奮闘している営業マンは案外多い。もし、本当に現状のやり方に納得出来ないのなら、自分が望むようなマーケティング活動を実施している企業に転職した方がいいのかもしれない。また、AI によるマーケティングのアルゴリズムを開発し、それをキラーコンテンツに起業することも一案だ。もしかしたら、大成功するかもしれない。しかしながら、そのように挑戦する人は稀だ。挑戦によるリスクを取れないからだ。私達は現状に対して、自ら選択したものであるにも関わらず、まるで他人から強制されているかのように考え、行動してしまう傾向がある。

だから、結果を生み出すためには私達は現状を受け入れ、意識を変え、行動しなくてはいけないと思う。会社や上司からの指示、命令だから何となく仕方なく働いては、自分の時間、労力だけでなく、経営資源、顧客の時間さえも無駄になる。そのような心持ちでは結果は絶対に出ないからである。消極的であろうと積極的であろうと思考や感情は行動や振る舞い、態度、表情や筋肉の使い方にまで影響を及ぼす。(医学的症例では、思考や感情が血圧、血糖値、心拍数、血中酸素濃度、ホルモン分泌、免疫系細胞、自律神経にまで影響を及ぼすことが証明されている)

だからと言って、消極的で否定的な意識を肯定的で積極的な意識に瞬時に強制的に変化させることは結構、至難の業だ。そんなに私達は器用ではない。また、消極的な気持ちを持っていても積極的に振る舞えば、意識も積極的になるという態度や行動が意識に変化を及ぼす理論も本当だと思うが、気持ちが酷く沈んでいるときはプロの俳優のように演じられない。

そこで、トップアスリート達が大事な試合の前に実践しているメンタルリハーサルのやり方(例えば、ボクシングの試合で相手から強いパンチを受けた時に、どのような感情や思考が湧き上がるのかを事前に予測し、そのような状況に陥っても感情をコントロールし、平常心で本来の能力を引き出せるようにするための精神的なリハーサル)を勉強して自分の思考傾向を理解するために、飛込み訪問の直前、インターホンでの断り、提案内容に対する否定的な顧客、商談の後半戦でライバルや影の意志決定者の存在が明らかになったときなど、マイナス状況をイメージして意識がどのように働くのか分析してみた。すると、現状が期待通りに運ばないと攻撃的で怒りを感じ、イライラしている自分の感情を認識することが出来た。だから、無意識的に言動も態度も攻撃的になるのだ。そのような商談や面談がうまくいく訳はない。(同じ状況に陥っても人によって湧き上がる感情、思考は異なる。悲観的に捉え、防御的になり、その場を逃げたいと感じる人もいるだろう)

■ マイナス感情はモチベーションの原動力

私達には前向きな面も、否定的な面も両方兼ね備えている。両方とも大切な感情、思考であり、大きなエネルギーを秘めている。否定的な面を認識しないことは、立派な羽があるのに飛べない鳥のようなものだ。むしろ否定的な感情が私達を動機づける。口惜しさ、大きな落胆、コンプレックスが成長の原動力になっていることが多い。怒り、恐れ、悲しみ、落胆、ねたみやそねみ、嫉妬という感情を言語化することで多くの優れた文化的、芸術的作品が生み出されている。さらに、一代で巨万の富を生み出した名だたる経営者の中には極度のマイナス思考の持ち主が多いそうだ。

自分のマイナス面を言語化することで自分を第三者的に観察出来る。客観的に捉えられるとマイナス感情が消え、自分自身を他人と見なしていい方向に導いてくれる。実際、日記をつけることを

習慣化している人達は自己理解が深く、客観的に物事を捉えられ、情緒も安定しやすいと言われている。他人から「意識を変えろ」と言われても動機づけされないのは自己理解が足りないからである。自己理解が自己変革へのモチベーションとなる。

否定的な感情やマイナス思考が湧き上がってきたら、自己改善の好機と捉え、正しい日本語で言語化することだ。何となく怒り、恐れ、悲しみ、落胆を感じてはいけけない。

「私は怒りを感じている」「凄くイライラしている」「俺は酷く落ち込んでいる」「もう、先がないと感じるくらい落胆している。最悪の気分だ」「怖い、緊張している、出来れば、関わりたくない」

その感情に集中し、どんな気分なのか味わう。すると当事者から傍観者に意識が変化し感情が弱まり、落ち着いた気分になってくる。問題解決のために自分として出来ることは何か、この状況で最適な反応はどうあるべきなのか、を冷静に思考出来るようになる。その際、その対策を決して、他律にしないことである。自分として今、出来ること、自分の能力や意欲に焦点を当てることだ。

「このデジタルトランスフォーメーションの時代に飛び込んだり前近代的なことをやっても成果は上がらないと思う。…では成果を上げるためにはどうすべきなのだろうか。自分として出来る最善策は何だろうか。顧客の側に立って考えてみよう」

「朝から 30 本も電話しているにもかかわらず、また、断られた。嫌になる。AI の活用によりデータ分析して、見込み客を絞り込み有望客にアプローチすべきなのに。…さて、自分の電話の何がいけないのか。レコーディングして、分析してみよう」

「マーケティングはアウトソーシングでやる時代なのに、いまだに開発営業を自社でやっている。営業マンの負担が大きいと思う。…では、その負担に見合うだけの成果を上げるためにはどうすべきなのだろうか。…法人営業では、担当者面談がステップを上げるターニングポイントだ。だけど、担当者面談が出来ていない。何が原因だろう。受付の事務女性との関係性を分析してみよう」

■「嫌な気分だ」

建設営業担当の今成君は大手でブランド力のあるコンビニエンスストアの候補地の所有者に通い詰めていた。また、今回も以前と同じように門前払いされるだろうと思いつながら、車を走らせていたのだ。だが、自分の否定的な感情、思考を認識し、このまま訪問してもうまくいかないだろうと、自分の思考を客観的に言語化してみた。

「嫌な気分だ。どうせ、何回訪問しても駄目に決まっている。上から『訪問回数が多いほど落とせる』と指導されているけど、無理なものは無理だ。このお客様は今の状況に満足しているのだ。借地などしないで農地をやっていたいのだ。コンビニ本部からの強いオファーなのでしかたなく訪問しているけど。…待てよ、これって随分、自分勝手な思い込みだよね。嫌な気持ちは事実だが、一方で顧客の視点で見えていないことも事実だ。顧客の気持ちを大切にしていない。自分のマイナス感情に集中していて顧客に集中していない。コンビニに貸せば、地代も入ってくるし、将来も安定していると勝手に思い込んでいる。申し訳ないことをしてしまった。顧客の関心や興味はどこに向いているのだろうか。顧客をもっと理解しないといけない。そのためには顧客との信頼性を構築しなくては。もっとオープンになって雑談も楽しんでみたい。借地承諾の可否だけを意識するのではなく、顧客との関係性を大事にしてみよう。例え、結果が出なくても、関係性が構築出来れば、それだけで価値はあると思う」

「こんにちは。〇〇建設の今成です」

「また、来たのか。コンビニに貸す話はもう断ったはずだ」

「申し訳ないです。ところで、今の畑ですけど、いつも綺麗に管理されていますね」

「まあな」

「将来も畑を続けていきたいの shouldn't ね」

「いや」

「どういうことですか」

「もう。体がきつくて。若くないから」

「失礼ですが、おいくつなのですか」

「78」

「まじっすか。滅茶苦茶、お若いですね。体に良いこと、何かしているのですか」

「何もしていないよ。毎日、畑を耕しているから、筋肉はつくんだよね。けっこう、力あるぞ。腕相撲やってみるか」

「うわ。参りました。凄い腕力ですね」

「もうちょっと、手強いかと思ったよ。学生時代は勉強ばかりか」

「とんでもない。さぼってばかりで。部活も倶楽部もやってないですね。友人と遊んでいました」

「麻雀か」

「いえ、ゲームです」

「そうか。そんなにゲームって面白いのか。孫もゲーム漬けだよ……。ところで、コンビニに貸す件だけど、あまりいい話を聞かないのだよ」

「といたしますと」

「売上が悪くなると即日撤退とか、店舗はそのままにしてね。オーナー達が本当に困っているらしい」

「売上悪化による撤退がご心配だと」

「ああ」

「その点ですが…」

(次号に続く)

3) ストロークの解説 (商談化編)

[ストロークの種類]

- ① 培養プロセス (B) におけるストロークを面談 B
- ② 培養商談プロセス (BS) におけるストロークを面談 B S
- ③ **商談プロセス (S) におけるストロークにおける商談項目**
商談、商談フォロー、土地案内・ツアー、土地申込、**敷地環境調査報告**、資金計画、プランヒアリング、
建築計画スケジュール表、テストクローキング、ゾーニング・プラン提案、見積提示、銀行事前審査申込
- ④ 業務依頼契約のプロセス (GK) のストロークは業務依頼契約

③ 敷地環境調査報告 <2>

敷地環境調査立ち合いの意義

- ・敷地環境調査は顧客の立会いを原則とする。顧客が立ち会えばその後の商談活動を早く進めることができる。しかし顧客とのスケジュールが合わない場合は立ち合いなしで敷地環境調査を実施する。当日の立会いがない場合は、敷地環境調査の様子を写真や動画に収め、報告書に添付しておこう。
- ・調査は現場担当者や設計など専門性の高いメンバーと実施したい。その際、立ち合いが可能な場合、営業マンはできるだけ顧客と会話し情報収集を行うように努める。
- ・当日は建築することを前提とし、デザインやプランの具体的なイメージが湧くように説明する。建物の配置、駐車場や自転車置場、エントランスなど実際にその場で示しながら行うようにしたい。外部の開かれた空間で行うことで、潜在化されていたニーズが顕在化することがある。詳細な顧客情報を収集する絶好のチャンスである。

立会いの効果

- 顧客は、図面によるプランの説明だけでは建築のイメージが実感できない。自分の土地を見ながら建築した場合の配置計画（アプローチ、駐車場、駐輪場の位置等）や、土地の造成計画について説明を受けることにより建築のイメージを実感できる。
- また、顧客の土地の状況は顧客が一番良く知っている。土地の現地調査に顧客が立ち会うことで土地に関する情報を提供してくれる
 - 顧客の家族が立ち会うと、商談のスピードが加速する。
 - 敷地立会いが出来た顧客は、契約確率が高くなる。

敷地環境調査を制約条件把握のための単純作業と捉えるべきではない。セミナーや見学会と同じように、顧客から強い信頼を得るためのイベントとして活用することだ。顧客はプランだけで住宅を選ぶ訳ではない。

打ち合わせのプロセスで繰り返される質疑応答、相互理解のための対話、提案されるアイデアの質、スタッフの専門性や技術力、会社の風土、その会社と協力業者の関係性など、様々な要素を総合的に判断して決断する。

このような要素をまとめて顧客に示せる絶好の機会が敷地環境調査だ。だから、顧客の立ち合いのもと、現場監督や設計担当者とチームを組んで敷地環境調査を実施したいのだ。

(詳細はアルファヴォイスコンサルティング監修による住宅営業プロセスを参照)

以上

3. 「営業マンのための 商談直前 10分ワンポイントスキル」 予告
『生配信 LIVE&チャットで質問 セミナー(無料)』を3月より開始します。

面談前に **10分だけ見て、1つだけ覚えて** お客様との面談に臨んでください。

必勝シリーズ：(住宅営業対象) 商談の目的別に面談の技術を覚える

極意シリーズ：(住宅、土地活用、建設、不動産、一般営業対象) お客様との
コミュニケーションする話し方を体得する

生配信 LIVE カレンダー

《2021年3月》時間 10:00~10:10

必勝シリーズ [面談の技術]		極意シリーズ [コミュニケーションする話し方]	
3月4日(木)	【アイスブレイキング】商談の始まりはアイスブレイキング 人と人との分厚い氷を解かす方法	3月2日(火)	アポイント成功 100%の極意(1) お役に立てるメリットを語ればイベントアポイントは取れる
3月11日(木)	【家系図、描けますか?】お客様を知るとは お客様の家系図を分からずして営業はできない	3月12日(木)	アポイント成功 100%の極意(2) 「NO」を言われたら「ありがとう!」で克服する
3月18日(木)	【ハーバードの心理学】人間関係をつくる、と言うけれど 人間関係構築の三原則	3月19日(金)	アポイント成功 100%の極意(3) 商談化への道筋、提案アポイントは共同作業
3月29日(月)	【妄想ミーティングで予測】訪問直前ミーティングで何する 「どんなお客様だろうか…」みんなで仮説を立てる	3月25日(木)	アポイント成功 100%の極意(4) 電話でのアポイント取りは「相互通行」

《2021年4月》時間 10:00~10:10

必勝シリーズ [面談の技術]		極意シリーズ [コミュニケーションする話し方]	
4月5日(月)	【土地有?土地無?分譲?】住宅営業の大きな誤解 商談プロセスを間違えると契約できない。	4月2日(金)	クロージング成功の極意(1) クロージングのタイミング「五感でつかむ」
4月12日(月)	【予算は営業がつくる!】お客様言う“予算”は信じるな お客様も自分の“予算”を勘違いしている	4月8日(木)	クロージング成功の極意(2) お客様の反論「よし来たチャンス!!」
4月19日(月)	【住宅購入は衝動買い】お客様の「何となく…」から始まる 住宅購入時期は営業次第	4月16日(金)	クロージング成功の極意(3) 契約直前どんでん返し「こんなはずじゃなかった」を阻止する
4月25日(月)	【名探偵Xになろう】営業は楽しい!! 「証拠集め」と「裏取り」	4月23日(金)	クロージング成功の極意(4) 値引きは「負け犬営業マン」の証

興味のある方は以下までお問合せください(古屋宛)。ZOOMのIDをお送りします。

TEL:03-5215-8711 FAX:03-5215-8717 メール: info@alpha-vc.co.jp