

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—

(49) 「恐れ」を楽しむ

代表取締役社長 若林 信孝

セミナー予告 「住宅営業突破シリーズ」 今日から使える住宅営業スキル研修 (チラシ)

新人営業マン、新任営業マン必見です！！

2024年 5月21日(火)
※13:30~16:30 ZOOM ミーティングにて実施

住宅営業入門「即戦力」

[新入社員、新任営業社員のための営業力強化と心構え]

2024年 6月18日(火)
※13:30~16:30 ZOOM ミーティングにて実施

住宅営業入門「月1棟契約」

[住宅営業の原理原則を知らずして契約はできない]

6月「建設営業力強化研修」チラシ

2024年 第23回『新 営業マン スキル・知識研修』

& 第5回『建設営業力強化オープン研修』 建設営業マン必見！

～建設営業のための即実践、即行動、即戦力、即結果セミナー～
《土地活用、戸建住宅、分譲住宅、リノベーション、不動産、一般建築、法人営業》

【日時】 2024年6月5日(水)～6日(木) 2日間 対面研修(東京)

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—

(49) 「恐れ」を楽しむ

代表取締役社長 若林 信孝

■掘り下げるのが苦手

「相続のことが気になります」

「では、お持ちのお土地に賃貸マンションを建築してはどうでしょうか。貸家建付地と評価され、評価額が低くなります。さらに、借入れを行えば、その借入金も相続財産から引かれますので、大幅な節税効果が可能です。次回、賃貸マンションのプランと相続税シミュレーションをお持ちします」

「いえ……。今回は結構です」

「…」

「相続対策」を「相続**税**対策」のことだと解釈し、営業マンは節税のために賃貸マンションの建築を提案したが、顧客の抱えている問題を解決できるものではなかったため、アポイントには至らなかった。「相続のことが気になります」と発言しているだけで、「相続**税**のことが気になります」とは顧客は伝えていないのだ。

このような「思い込み」によるミスは致命的で、顧客の信頼を取り戻すには相当の努力を要する。そのような状況を回避するためには、最初のヒアリングで顧客の真のニーズを掴まなくてはならない。表面に現れた言葉は顧客の心を反映してはいない。断片的で一部分だけを切り取り言葉にしているに過ぎない。氷山の一角が海上に出ているだけで、大きな氷の塊は海の下に隠れている。大きな氷の塊を海上に引き上げなくては、全体を認知することは出来ない。

「とおっしゃいますと」「どうしてですか」「例えば、どういうことでしょうか」「具体的には」

このような簡単で単純な質問を繰り返せば、表面的なニーズを掘り下げ、本質に迫ることが出来る。ところが、実践の場ではうまくいかなくて、上司から叱責を受けている営業マンが案外多い。

掘り下げるのが苦手なのは、質問、共感(※)、傾聴などのコミュニケーションスキルの不足、専門的知識(今回の場合、相続には**争続回避**、納税、節税と3つの対策があること)の欠如、など、いくつか原因が考えられる。スキルの不足なら、体得するまでロールプレイを繰り返せばいい。専門的知識は学習に時間を割けば、いくらでも身につく。

しかし、対策が取れにくく、育成指導が困難なのは「質問への恐れ」が原因の場合だ。「質問すると相手が不愉快になるかもしれない」「せっかく築けた関係性が壊れるかもしれない」と相手の反応を恐れ、その怖さを回避したいがために、一方的に的外れのトークをまくしたててしまうのだ。逆に恐怖を避けようとしながら無理に質問しようとする、刑事が被疑者に罪を告白させるように尋問、詰問、取り調べ調の質問が繰り返されてしまう。相手は責められているような心理状態に陥り、不愉快な気持ちになる。もちろん、商談は惨憺たる結果に終わる。そこで、良好な関係を築けそうな相手にはなるべく突っ込みを入れないようにする。

また、自分の無知を相手に知られたくないとも思っている。質問に対する相手の応答が自分の専門外の分野に及ぶことを恐れているのだ。自分は経験が浅く、知識も乏しい、でも相手から格下には見られたくない。だから、既知の知識に関連する発言に対しては喜び勇んで反射的に応答してしまう。先の例で言えば、相続税の軽減策としての賃貸マンション建築の効果性は得意分野だったので、営業トークに熱が入り、掘り下げることが忘れてしまったのだ。

恐怖心から逃げようとする、新規顧客への電話営業や飛び込み訪問も避ける傾向にあるので、資料作成などデスクワークに集中してしまう。合意を得られそうな商談中に予想外の人物、例えば、弁護士や税理士が登場すると、相手の専門的知識にはかなわないだろう、とうろたえてしまい、彼らの簡単な質問でさえ回答がしどろもどろになる。ここぞというときに顧客の断りが恐ろしくてクロージングをかけることが出来ない、とか、顧客の値引き要求をきっぱりと断れない、などの不適切な営業行為で結果が出なかったりする。営業以外の場面でも、部下への「叱責」を避けたり、上司へ言うべきことを言えなくてストレスが溜まったりする。

■「ビビリ」は味方

一方で恐怖心は私達、人類にとっては不可欠な感情だ。恐怖は、平常心では不可能な逃避行

動または戦闘行為を取ることが出来るからだ。太古の昔に、猛獣と遭遇した際に恐怖を感じれば、一目散に逃げ出すことが出来た。あるいは勇気を出して戦う場合は普段では考えられないパワーを発揮して、猛獣を倒すことが出来た。ChatGPTによると「恐怖により副腎からアドレナリンやノルアドレナリンが放出され筋肉の収縮力を増強させるだけでなく、交感神経が活性化され、筋肉への血流が増加し、より多くの酸素や栄養素を受け取り、平常心では不可能な力が発揮出来る」というのだ。つまり、恐怖を感じなければ、逃避や戦闘のために筋肉の潜在力が発揮できないので、逃げても戦っても猛獣の餌食になってしまうのだ。

だから、恐怖心そのものから「逃避」する必要はない。「恐れ」を恐れなくていいのだ。実際、私達は恐怖心を快樂の道具にしている。エンタメの世界だ。「ゾンビ」や「呪怨」などのホラー映画、ディズニーランドの「ホーンテッドマンション」、遊園地のジェットコースター、バンジージャンプでの恐怖体験は金銭を支払ってでも楽しみたいと思う人々がいる。

また、歌姫と言われている世界的大スターはライブ前の緊張による恐怖心が強いほど、パフォーマンスが良くなると発言している。オリンピックのアスリート達も前日の夜は恐怖で眠れないが、その心理が予想外の好結果を招く、とあるバラエティー番組で語っていた。結果を残している人達ほど恐怖とうまく付き合っているのだ。恐怖心を意欲とパフォーマンスが上がるツールとして積極的に受容し、肯定している。

ところで、ピクサーのアニメーション、「インサイドヘッド」では、恐怖感情を擬人化したキャラクターの「ビビリ」が他の感情達（「ヨロコビ」「イカリ」「ムカムカ」「カナシミ」）とチームを組んで主人公の幸福のために活躍している。

エンタメで恐れを楽しむことが出来るのは、生命や身体に危険が及ばないバーチャルな世界での出来事だからだ。現実の世界でも、商談やミーティングが生命や身体に危険を及ぼすことはほとんどないので恐れを楽しむことは出来るはずだ。そうすれば、心理的余裕が生まれ、その局面で最適な行動、行為、コミュニケーションを取ることが可能となる。つまり、掘り下げの必要な場面では「質問」の繰り返し、顧客の決断を促すことが必要なときは「クロージング」、部下の問題行動に注意が必要なときは「叱責」を、上司の方針に修正すべき点があると感じたら、「意見具申」を、述べる事が出来る。

「恐れ」を恐れない、と決断するだけでいい。腹がすわる。

■無知の開放

ただし、自我や自尊心が、「恐れを恐れない」、つまり、恐怖を積極的に受容することを邪魔するので注意して欲しい。「怖い」と認めると自分の無知を認めることになるので自尊心が傷つくのだ。だから、あえて自分の無知を認めてしまうといい。無知を認めたら、気持ちが楽になる。

「申し訳ございません。勉強不足で私には分かりかねます。ですので、その点についてお教え下さい」という態度は、知ったかぶりする営業マンより、よっぽど信頼に値する。ただし、無知のままでは軽蔑される。その点についてちゃんと勉強し、知識を豊かにし、資料を作成し、可能な限り早く顧客に渡すことを忘れてはいけない。学習した努力のプロセスが顧客との信頼関係を強固なものにするからだ。営業マンの自尊心も高まる。

また、自分より優秀で強い相手だと感じたら、素直にそれを表現する。

「あなたは優秀で強い人だと思います。いろいろお教え頂けますか」と。このことばは相手の自尊

心をくすぐるので、営業マンに好意を持ち、味方になってくれる。弁護士や税理士など仕業の方々の専門性をうまく活用しない手はない。

恐怖を楽しもうとすれば、余裕が生じ、相手の話に集中出来る。そして、顧客理解に努め、研修中のロールプレイで学んだ、質問、共感、そして傾聴のスキル(セールスコミュニケーションスキル)を活用出来るようになる。

次に「恐れ」を恐れなくなった営業マンと顧客の対話を分析してみた。()内は、活用したスキルと営業マンの意図を解説している。

「相続のことが気になります」

「相続のことが心配ということですね」(共感のスキル)

「ええ」

「実は私は相続に関して専門的な勉強が不足しています。よろしければ、相続のどんなことが気になるのかお教え頂けるでしょうか」(「恐れ」を恐れなくて、自分の無知を開放し、質問により、ニーズを掘り下げている)

「もちろんです。いろいろあるのですが、例えば、私の資産を子供たちにどのように分けたいか。土地や金融資産、株式など、いろいろあるから、子供達に平等に残したいと思っているのですが…」

(掘り下げが中途半端だと、ここで、遺産分割に有効な流動性の高い戸建て賃貸を提案しようとするので要注意)

「遺産分割をスムーズに進めて、ご子息様達に不平等感がないようにしたいということですね」

(共感のスキル)

「うーん、子供達にとっては平等と言えるか…」(共感の内容が顧客の真のニーズを捉えてはなさそう。人には言えない微妙な問題があるのかもしれない)

「お子様の立場に立ってみれば、平等とは言えないかも…」(共感のスキル)

「ええ」(共感によって顧客の肯定的な反応が返ってきたので恐れることなく、質問を繰り返すことが出来る)

「どういことでしょうか」(掘り下げのために質問)

「ええ。妻の介護を長男の嫁が全部、引き受けてやってくれています。自分の趣味や仕事も諦めて義理の母親のために尽くしています。そこで、嫁にも遺産を分割したいと、でも、他の兄弟が何というか」

(顧客の真のニーズ)

「お嫁様のご苦勞に報いるために遺産の一部を分割したいと、一方で他の兄弟の方々の反応がご心配ということですね」

「ええ、何かいい方法はないでしょうか」

「はい、それでは、弊社の相続問題に詳しい税理士と弁護士に相談してみますね」

「有難うございます。本当に助かります」

(※)共感のスキル:「共感」とは、顧客のニーズを自分が代わりに体験し、感じとり、顧客に対し正確に理解した事を伝える事です。この事により、顧客が「この営業マンは私の身になって考えてくれてる」という感情を持ち、営業マンに大きく心を開く事になるのです。 次号に続く