



神田昌典著 『非常識な成功法則』
フォレスト出版 定価1,365円（税込み）

Unreasonable: 「お客から早くNOを引き出す」……………
セールスを成功させるには、YESというお客様により早くめぐり合うために、NOというお客様に時間を使ってはならない。できるだけ早くNOを引き出すほうが、短期間に結果を出せる。（高確率セールス）……………

駆け出しの頃、目の前の客を説得するのが営業活動なのだ、私は信じていました。会う人を全員お客様にすることなんて不可能ですから、常にフラストレーションを抱えることとなります。チャンスを逃したくないばかりに、決断しないお客様にずるずる引っ張られ、散々振り回された挙句ご契約できないというケースもよくありました。

しかし、この本を読んで私は自分の重大な間違いに気付きました。お客様は説得してはいけなかったのです。お客様は断るものなのです！

つまりは「目の前の見込み客をみんなお客様にする」という発想を捨て、「見込み客の中から興味のない人に自分から手を上げてもらい、残った人をお客様にする」という考え方に大転換するということなのです。

その考え方に従えば、(私のような打たれ弱い営業マンにはここが大事なのですが)「断られる」というプレッシャーが全くなくなるのです。

そうか！と腹に落ちたので、トークの基本スタイルを、従来の「お願いしますよ〜」的なものから「ご興味なければ、早めに断って下さい」というものに転換したのです。

たとえば、電話アポの際には「私の話を聞いて面白くなかったらそこで断って頂いて結構です」と伝えます。さらにダメ押しで「私も営業ですから、早めにNOを頂くのはむしろ有難いことですので、どうぞご遠慮なく」と言い切ります。

早めに断ってもらえば、無駄な時間を削減できるので、有難いことなのです。だから断られても、素直に「ご興味がないのにごめんなさい。本当に有難うございました」という言葉がすらすらと出ます。

ところが、人間というのは不思議なもので、そう高飛車に言われると、このオファーを断っていいものか迷うようです。電話の向こうで「何でここまで強気なんだろう」と戸惑っているのが分かります。その結果、逆に面白いほどアポが取れ出すというおまけができました。

また、アプローチでお会いして2度目のプレゼンのアポイントを取るときも、「次回お返事を頂ける前提なら伺いますが、それでよろしいですか」と念を押します。そうすると、プレゼンに臨むお客様の態度が真剣になります。もちろん、決断が気持ちに落ちるまで一定の時間を必要とするタイプの人もしらっしゃいます。そのような場合は、2日位の時間を差し上げています。

さて、このセールススタイルが非常な効果を発揮するには重要な前提があります。「見込み客がふんだんにいること」です。つまり、あくまでマーケティングの仕組みで集客することとセットなのです。

気のないお客にプライドを捨てて擦り寄るくらいなら、さっさと見切ってその時間を見込み客を集める工夫に使うべきでしょう。