

メンター通信

第67号

発行元

メンターシステム(株)
TEL059-398-0123
FAX059-398-0153

社長の人脈営業だけで、本当に大丈夫？

6年前以前の会社の退職を決めました。どうやって生活していくのか全然決まっていませんでした。

以前行っていたソフトウェアの開発をすべきか？

しかしそんなことをするぐらいなら、会社を辞めずに前の会社を支えた方がいい。

まして、他のソフト会社に就職してしまうなんていうことをすれば、お世話になった社長の顔に泥を塗るようなものです。

これだけは絶対避けたいと考えていました。

とは言え、自分の今の能力で直ぐにお金になるのは、一丁業界です。

市販のソフトを仕入れて売ろうか。月額で保守料という形でお金を貰おうか。

色々と考えあぐねているときに、運命とも言えますか。

竹田先生との出逢いがあり、現在の仕事でいくことを決めました。

商品は決まったものの、その営業方法が解りません。

解らないというのは、私は訪問営業にはそれなりの自信がありました。

1社1社回って、何度か訪問を重ねて面談をすればいずれは何かなると思いました。

しかし、既に世の中に周知されている車でさえ3ヶ月掛かって、最初の一台目の車を販売できたことを考えると最初の商談が成立する頃には、お金が尽きてしまう。

しかも、営業専門で動ければまだしも、1人で会社をやっている状態では他にも沢山やらねばならないことがありますので、3ヶ月どころか半年は掛かってしまう。

私は自分ひとりで走り回って、仕事を取るといのは諦めました。そこで最初考えたのが、小冊子を利用することです。

丁度その頃楽夫日記(今で言うブログです)を使って営業に結びつけるという手法が始めていて目新しいのと得意な一丁関係のことでしたので、早速冊子を作りました。



初めての冊子です

ところがこれが思いのほか時間が掛かるのです。結局1つ目を作
って終わりました。

熟知している1丁系のことさえこんな調子です。

自分に代わって、営業できるものがないかと考えた挙句たどり着
いたのが、このニユースレターです。

送料80円で、自分の考え方を伝えられる。しかも訪問して不在
という非効率なことはありません。

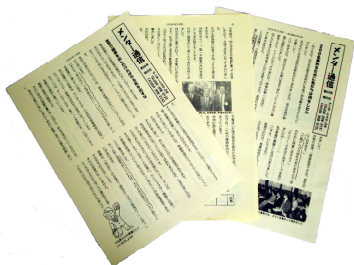
難しい部分もありました。なんとと言っても、お客さんに質問が出
来ないことです。面談して営業をしてきた人間にとってこれはキ
ツイ。

しかしよくよく考えると自分が当ても無く訪問することに比べれ
ば、なんと効率的なことでしょう。

私はこれに賭けることにしました。

とは言え、ニユースレターだけで注文を取る
ことは、かなり難しいことです。

ですので、人間関係を作ることはニユースレ
ターに任せて、興味のある人から連絡をもら
う事はセミナーや教材のちらしに役割を分
担しました。



連絡をもらったその後は、面談するというパターンです。営業の
一部分をニユースレターとチラシに任せました。

皆さんの会社でも、社長1人の人脈に頼らざるを得ない状況があ
るかもしれません。

またベテラン営業だけが成績を上げているかもしれません。
しかしいつまでも、そのまましておくことはできません。

この状態から脱出するには、まず営業を細かい段階に分けてみて
ください。

次にその段階を営業マン以外のメンバーでカバーする方法は無い
かを検討します。

そしてそれぞれの工程の腕の上げ方を研究します。

これを実現するのに役に立つ2つのルールがあります。

一つ目が、スポット型セールスの手順です。

もう一つが、世界恐慌のときに保険セールスで全米一になったフ
ランクベドガーの再度訪問方式です。

スポット型セールスの手順は、以前にも紹介しましたが

- ①アプローチ
- ②人間関係の構築
- ③ニーズ調査
- ④商品説明
- ⑤反論の処理
- ⑥クロージング
- ⑦紹介をもらっ

再度訪問方式は、この段階を2回に分けて訪問する方法です。技術が伴わない場合は、もっと細かく数回に分けて訪問します。

これを、ダイレクトメールや広告に活用すると営業マンを裂かすに、他の事務員でやれることが出てくるというわけです。

中小企業がよくないところは、「ちよこつとやめて、止める。またちよこつとやめては止めることだ」とは、宮崎本店の宮崎社長の言葉だそうです。

私は下津醤油の下津さんからお聞きしましたので、宮崎社長がおっしゃったのは解りませんが、まさにそう思います。

景気が悪くなると、脱下請け、景気が良くなるとそのことは忘れて元請けの仕事を優先。

エンドユーザー直販の場合は、景気が悪くなると顧客満足、顧客満足と言い、景気が良くなるとお客さんのことは二の次。

私も人のことは言えませんが、横から人の会社を見るとよく解ります。

時代の流れや流行に関係なくやるべきことをやっているところが結局は、勝ち組になっていくんですね。

それには、顧客維持の仕組みづくり、そして営業の仕組み作りをまずすることだと思います。

大きさに考えずに、骨組みをまず作って試しながら肉付けをすればよいと思います。

但し注意が必要です。

一度骨組みが決まりましたら、実験と思って最後までひと通りやってみることで。

初めから結果を求めすぎると、先ほどのように「ちよこつとやめて止める」というワナに陥ってしまいます。

PLAN↓DO↓SEEのDOに行くか行かないかで途中で止めるだけは避けたいですね。

仕組み作りについて詳しくお知りになりたい方は、まず8月4日（火）のセミナー「ムダ金なし、コネ無し、経験なしでお客さんを作る法」にお越しください。

今回は特別に、エクストラコミュニケーションズの前野社長にも話して頂きます。ホームページの使い方の方の第一人者でもありますので、ホームページを作ってみて

はみたが、全然効果がない。更新がされていないという方も是非ご参加ください。

是非ご参加ください。

2009年8月4日(火)
 三重県四日市市諏訪町2番5号
 四日市商工会議所3F 中会議室

**ランチェスター戦略
 ショートセミナー**

経営
 講師：岩崎功

WEB
 講師：前野智純

▶セミナーへの参加申込受付中!



さすがに見せ方うまいです。

ほんとうに社員教育と業績は相関関係があるの？

昨年のことですが、社員教育のセミナーを私がすることになりました。社員教育と言っても、社員教育の戦略の講義なので社員さんを直接教えるということではありません。経営者向けのセミナーです。

初めて組織戦略について話をしなければならぬので、参考になる竹田先生の講演テープはないかと探しておりました。

そういえば、以前代理店の方から買ったDVDがあることを思い出しました。

その方は、明石の代理店の方で山田先生と言います。

私が独立した頃からの知人で、たまに電話をくれたりします。

最近元気がいいね。なんて励ましてくれます。

セミナーは5年ほど前でしょうか。明石でその山田先生と竹田先生が二人で講演をされて竹田先生はその時に社員教育の戦略を話されました。そのDVDの中で竹田先生は

「毎年アンケートで今年の重点課題は何ですか。と新聞社が取ると必ず出てくるのが社員教育。ところがその社員教育と業績とは相関関係がないんです」

「私は以前調査会社にいましたので、決算書が簡単に手に入りました。そしてその一般管理費内訳書の教育研修費を調べ会社の業績と比較したところ、相関関係がないことに気付いたんです。」「だから教育をすれば業績が上がるというのは迷信に過ぎません」

私は、腑に落ちました。経営というのは実業ですので物的証拠を示して話をしないと何も解決しない。

私は営業出身ですが、営業でもそうです。下手な営業ほど自分中心でそこは買ってくれるはずですよ。なんて平気で言います。

竹田先生の話は「ココで終わったわけではありません。

「但し、社長の実力、取り分け戦略実力が高い会社が社員教育をすると業績と相関関係があります」

100年に一度とか言われる経済状況の中、沢山の会社に入入りさせて頂いているとこのことがよく解ります。

戦略実力が高いということは、その会社の業績を良くする全社的ルールの作り方がうまいということになります。

そこに社員教育を施せばより能率的に



最新教材教育名人、興味のある方は、カタログをお送りします

業績が上がることになりませう。

業績が良くなるしない仕事をどれだけ能率を上げてやったとしてもダメだということではないでしょうか。

特に現在の経済環境では、今までの考え方が通用しません。誰かが既にやっとうまく行ったことを、そのまま上手にやればよいという方法では乗り切れません。こういう先が見えないときは人がやっていないことを見つけないければなりません。

ですので教育と業績の相関関係の第一は戦略目標が明確になっているかどうかだと思います。

綱引きで考えればこのことは解ると思います。いくら力のある人が集まってきても、タスキングを合わせ力を集中しなければ強いチームには勝てる訳がありません。

社員教育をすれば業績がよくなると考える

前に、こういった部分を教育した社員を、ここに投入したら業績がグッとよくなるはずだ。と考えて外部教育に出すことです。

もう一つ勘違いをしてしまうことがあります。

経営の善し悪しを決めるのは、競争相手との差です。

その差を付けるのに、外部の教育機関に出して他社と同じような



教育だけで差別化は出来ないということです。

一定のレベルまで上げるのには、教育会社は有効かもしれませんが、それから先が、業績の差が付くときです。

そのためには教育の差別化をする必要があります。教育の差別化をするには、社長自身が教育勉強会を開催するのが一番です。

そして社員さんに**寺子屋式の教育方法**で話させることです。

(寺子屋式の教育方法についてはお知りになりたい方は直接連絡ください) 外部教育に出すと一見立派な社長に見えます。その上業績がよければ凄い社長になります。私も凄い社長に一步でも近づきたいと勉強しております。

人生を変える間を置いた反復

6月に講師としてお迎えした古川社長がつくつく言われていた言葉が「間を置いた反復」でした。

この言葉は、S M 1というモチベーションプログラムを採用された方は、よく聞く言葉です。

以前もこのレターに書いたことがあります。50万円もするカセットテープを購入してひたすらテープを聞き続けるというものです。

自分自身が変わっていくというのは、決意したから変わっていくのではなく、自分の習慣を変えていくことだと思えます。

以前の私は、人生に夢も希望もありませんでした。それどころか生きていく意味も解らない超マイナス思考でした。

ですので、うまくいかないのは全部人のせい。

もっと金持ちの家に生まれたかった。もっと才能があったら。二枚目だったら。人前で堂々と話が出来たら。楽しい人生だろうなあとあれがない。これがない。と嘆いてばかりいました。

そんな29年間を過ごした私でしたが、自己啓発のプログラムに高い金を注ぎ込んだものですから、必死で元を取るために聞き続けました。

3年間です。3年間。ようやく体から力が抜けて、何か問題が発生しても少しずつ少しずつ他人や周りのせいにしていないようになりました。

普通の人からすれば当たり前のことだと思いますが、私は32歳でようやく人並みになったということになります。

今も決してプラス思考というわけではありませんが、マイナスのことだけは考えなくなりました。

最近良く感じるのが、結果を考えず、実行することに集

中するのが究極のプラス思考ではないかと思えます。

よい結果を考えるのがプラス思考と以前は思っていました。したが、少々違う気がします。

そんな訳で、私は自分自身を変えていくには長い年月と間を置いた反復が大切だということを学びました。

竹田先生は「量稽古が必要」とおっしゃいます。

ですから、継続できないことは始めないというのが私の考えです。

社長の戦略実力も同じだと最近感じています。

繰り返し、繰り返し違う方向から考えているとやがて、人がやらないことをヒカッと思いつくと思います。

間を置いた反復にとても役に立つのが音声CDを聞き続けることです。騙されたと思って繰り返しの同じCDを

バックミュージックのように3ヶ月聴いてみてください

い。「興味がある方は、**社長の実力を上げる効果的なCD学習法**」を無料でお送りします。直接お知らせください。



編集センターシステム部
連絡先 TEL 059-398-0123 FAX 059-398-0153
発行日 二〇〇九年七月二五日

回覧								
----	--	--	--	--	--	--	--	--