

メンター通信

第90号

発行元

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

カタログを持っていくな!の一言が、私に営業のコツを教えてくれた。

「車の営業の話でしょ。」

わが社には関係ないとお思いかもしれませんが、訪問営業のルールは店舗での営業にも通じるところがあります。

当時でも軒並み訪問と言って、一軒一軒訪問するようなことはあまりしていませんでしたが、私は他の方より年齢がいつてから営業を始めたものですから新人のように面倒をみてくれる人がいるわけでもなく軒並み訪問しかすることがなかったのです。

私が初めて一人で営業に出た頃ですが、訪問していて商品の説明を求められたら商品の説明をしなければなりません。

私は車の営業をしていましたので、全車種のカタログを2から3枚鞆に詰めて歩きました。

ご存知の方もみえるかと思いますが、車のカタログは写真が多く厚い質のいい紙で作ってあります。

ですので、全車種を2、3冊それに電卓、価格表を鞆に詰めると

結構な重さになります。

この重い鞆を片手に、一軒一軒回っていくのです。

如何ですか。営業が嫌いになっ

てきたでしょう。

さらに昼間訪問しても留守が多くおみえになったとしても

「うちは、間に合ってます」とか「忙しいんで」とか

断りの文句が飛んでくるんです。

たまに出てきて頂いたとしても、車のことなど縁のないお年寄りとか、お子さんでした。

とは言え販売はしなければなりません。

たまに出てきた人に、「え〜と。こついうものを売っています」とカタログを出すわけです。

そして話すこともないので、車の説明をして、「またお帰りになったら伝えてください」として名刺を置いてくる。

こんなことを繰り返していました。

でも売れることはありませんでした。そんな活動をしていたある日のことです。

マネージャーから、「お前!カタログ持って行くな!」



こんな風にカタログをばら撒いていました

「高いんやぞ。俺が商談するときになくなつとるやないか。」
とえらく怒られました。

それ以来、私はカタログを持って歩くことが出来なくなりました。さらに丁度自分の担当エリアも一巡し、2度目を訪問しなければならなくなってきたのです。

「困ったなあ。話すことが何もないぞ」

訪問がだんだん嫌になってきました。最初は喫茶店で休憩。

それも毎日というわけには行きません。しかも車は一台も売れず。

見込み客さえ見つからない状態が続きます。

喫茶店でサボるのも限界があります。

「こうして売れなくなって辞めていくんだらうなあ。でも俺には後がないし・・・」

よしこうなつたら、手ぶらで行こう。

会社からは、日報を付けるように言われていましたので、クリップボードに

日報を挟み軒並み一軒一軒訪問しました。

玄関を入るときも工夫をしました。インターフォン越しだと断りも多いので、



手ぶらでインタビューする
感じです

玄関に立つて大きな声を出して「こんにちは！こんにちは！」と
呼びます。

出てきて頂けると今までとちょっと対応が違ってきました。

私自身カタログも持っていないし、セールス鞆も持っていません。そんなこともあり、売りたいというオーラが消えていたんだと思いますね。

しかもお客さんの方でも、警戒心がなくなっていたんだと思います。相手から話をされることが多くなってきました。

「ああ、これなら繰り返し訪問できるな」と思ったのです。

そしてこれを繰り返していくうちに、どうやって質問すればよいのかが見えてきました。

でも成果は全然出ていませんでした。知人から紹介されても成約は出来ず。見込み客も見つからず。

それでも訪問活動は、手を抜かず継続しました。それから3ヶ月目のことです。

初めて自分で見つけてきたお客さんと成約をすることが出来たのです。

それ以降は、何がなんだか解らないほど商談を重ねていつの間にか、表彰されるようになっていました。

私は自慢をしたいわけでもなくって、このやり方がまさにランチ
 エスター戦略のルールに従っていたことをお伝えしたいのです。

訪問件数が他のセールスの3倍

まず営業エリアですが、これは会社から与えられたテリトリから
 は外へ出ることができませんので、弱者の局所戦、狭域戦です。
 次に販売力ですが、

販売力 = 回数(量)の2乗 × 質 できまりますので、ま
 ず量の分野を見て行きたいと思います。

当時会社から言われていた訪問件数の目標は1日30件です。

私が目標としたのは、100件です。

通常の3.3倍を目標としました。これはバーナードコープマン
 の必勝の数値2.83倍を上回る量です。

もう一つは労働時間を長くしました。販売が出来るまでは休み無
 し。これはさすがに3倍にはなりませんでしたが、20%ぐらい
 上回っていたと思います。

これが量の分野です。これ以上は増やせませんでした。

次に質に分野ですが、再度訪問方式と引き込み営業をしたとい
 うところですよ。

再度訪問方式は、アメリカの保険セールスのリチャードキャンベ
 ルが開発し、フランクベトガーが発展させたもので次の工程を前
 半を2度の分けて販売活動を行うものです。

アプローチ

人間関係構築

ニーズ調査

商品説明

反論の処理

クロージング

私は最初、いきなりカタログを持って の商品説明を一所懸命し
 ようとしていました。

やる気を出せば出すほど、殺気がみなぎりお客さんは警戒して引
 いてしまうのです。

それがカタログが無くなり、マネージャーのお叱りを受けてから
 というものゝ を繰り返し行っていたのです。

フランクベトガーは2度の訪問で契約に持ち込みましたが、私に
 はそんな力がありません。そこでゝ をひたすら繰り返してお
 客さんが説明を求めるまで商品説明に入らないという方法です。

こつこつこのを**引込み戦**といいます。



貴重なベトガー
 の写真です。

へタクソが相手の陣地まで出て行つてはボコボコにされてしまうのがオチです。

活動エリアを狭くする。 活動量を多くする。 人間関係作りに徹する。この3つを基本のひたすらサボらないように自分を監視してただけです。

当時どのような自己管理をしていたかと言いますと、

総訪問件数

決定権者との面会件数

見込み客発見件数（見込み客は発見するとリストに書き写します。これを源泉リストと言います）

一番意識していたのが総訪問件数です。

いわゆる活動量というもので、馬鹿みたいですがこれが落ちるとモチベーションというか前向きに行こうという気持ちが萎えてくるんです。

誰でもそうだと思いますが、知らない人の家に飛び込んでいくというのは嫌なものです。



これで人生が変わりました

中途半端な気持ちで、行けば落ち込むだけです。

体と精神は繋がっているとよく聞きますが、その通りだと思えます。元気に振舞えば元気が出てきます。

こうやって理論的な裏づけを持つことで、セールスで苦しんでいる多くの人が救われるのではないかと考えています。

私でも出来たんですから

それでこういう理論的なことをどうしても伝えて行きたくて講演をしているのです。

そして現在の仕事で他の色々な業種をアドバイスしていくうちに、これが店舗営業や通信販売など他の業種にも応用できることをしつたのです。

神田昌典先生のエモーショナルマーケティングも仕組みは再度訪問方式を、ダイレクトメールに使ったものですし、人間関係を築いていく過程を文章に入れていきます。

私はたまたまそういう環境に置かれて運よく気づきました。

皆さんもこの理論は絶対に知っておくべきことだと思います。

そして、自社に応用してみてください。

詳しくは7月以降のビジネスセミナーにてお伝えします。

フルバックさんと運送業向けセミナーを行う

今年は講演の回数を増やすことを目標にしています。

そこで今年には自社の主催では、1ヶ月に1度開催を予定していません。

「これ以上、自分のところで開催するのは難しいなあ。」

そこで経済団体をピックアップしてダイレクトメールを継続して送るようになりました。

でもこれだと待っているだけなので、どうしたものだろうか。

そこで頼りになるのが、学校の後輩です。

その後輩とは、私がいつも研修で利用させて頂いているフルバックの社長藤牧氏です。

ご存知の方もみえるかもしれませんが、私の母校は鈴鹿高専。

我々の世代は、1、2年は寮に入ります。

1年生と言えば、中学3年を出たばかりほとんどの学校が坊主頭でしたので、イガクリ頭の子供です。

高専は5年生までですので、最上級生は二十歳です。タバコを吸っていい人もいるわけです。

そうだからという訳でもありませんが、



業界を絞り込んだ
藤牧社長

学校の結びつきが非常に強いのです。

そんな理由だけではありませんが、6月13日にセミナーを行うことになりました。

フルバックさんは、コンピュータソフトウェアをの発を中心に経営をされてきた会社です。

現在は、ソフトウェアの開発という業務からサービス提供型のビジネスに変えようとしています。

サービス提供型ということは、相手を特定する必要があります。それが物流業です。

皆さんは、『物流経営士』ってご存知ですか？

全日本トラック協会が運営されている認定資格で、運送業の経営を学び、その資格を取得するものです。

そのためには物流大学の講で、カリキュラムを修了し、論文の提出と所定の試験に合格しなければなりません。

通常は運送業の経営者の方が取得されるものです。それをソフトウェア出身藤牧氏は取得されました。

そのフルバックさんとセミナーを開催することになりました。第一回目は6月13日に行われました。テーマは「競争力のある運

送サービスを創るための対策」です。

