

利益を生み出す

営業強化プログラム④



営業マンの殺し文句

「今月、ノルマが厳しので何とかお願いします」「こんな台詞を平気で吐く営業マンが、いまだに存在する。実際、私は何度もこの「殺し文句」に出会ってきたし、そこまではうまく言わなくても、そんなヒョアンスを吐いた営業マンは数知れない。

しかし、「殺し文句」とは書いたが、そのメリットは営業マンの側だけに利益をもち、お客様に利益をもたらす合理的な理由や提案は一切ない。あるのは、これまでの人間関係にもたれかかった甘えだけ

ある。そして、唯一なされる「借りは必ず返す」という提案のことも反故にされることが多い。借りが返されたとしても、プラスマイナスゼロがいいところだ。本来、営業職とは、もっと誇り高い職業のはずであ

掲げるのは「ノルマ」より「ビジョン」

まずは顧客の利益優先

る。彼らは、利益は必ず共有すべきものだと知って、そのために信頼関係が不可欠であるのは、彼らにとっては当然すぎるほどなのだ。

ノルマという魔物

「ヒョアンス」が、現実にはそうなっていない。その元凶の「ノルマ」がある、と私は考えている。もちろ

ん、組織として営業をするわけだから成果にこだわることは大切だし、会社が掲げた目標を数値として達成することは重要だ。

しかし、数字を追いかけただけの営業は、将来的に大切なお客様を失ってしまう結果となることが多い。そうなるってしまう原因は、他ならぬノルマの定義に表れている。ノルマとは、ある辞書に「ある一定時間

る営業は目先の利益に走り、独りよがりの提案を恥じることもなく、顧客の利益を顧みぬことをしな。結果、お客様は離れていくのである。

何よりも大事な 足元の信頼関係

こうした先細りに陥らなために、会社は営業職に対して、営業職は顧客に対して、ノルマの代わりに

内に果たさすよう個人や集団に割り当てられる標準作業量」とある。

顧客との信頼関係

「顧客との信頼関係」は、決して評価の対象とならない。「顧客がどれだけ喜んでくれたか」も問題にされないとはならない。だから、ノルマに固執す

「ビジョン」を掲げるべきだと、私は考えている。いまだ足りないのは、対内的にも、対外的にも「ビジョン」なのだ。

対内的な「ビジョン」

「会社が何を成し遂げたいのか」「どのような目的の下に、そのノルマがあるのか」という会社の将来像である。対外的な「ビジョン」は、「顧客にどのような価値を提供したいのか」「その価値提供によって、顧客にどうなってほしいのか」という顧客の将来像である。すなわち、両者の現在と将来におけるギャップを埋める存在こそが、営業マンと言える。

「ビジョン」は、遠くを見るものでもある。ただ、顧客と共に遠くを見ることは可能にするのは、足元の狭い信頼関係でめぐるべきではない。

ブレインマークス代表 取締役・安東邦彦

自分ではどうしようもない問題を解決してくれる存在になること、初めて相手はあなたをプロとして認め、そこに他と代替のできない関係が生まれる。あなたの「ファン」が生まれる瞬間だ。