

THANKS

BUSINESS NEWS LETTER

(VOL. 311)

発行日：2023年5月1日
発行者：有限会社サクスマインドコンサルティング
連絡先：〒359-0043
埼玉県所沢市弥生町 1792-10
TEL:04-2936-6149
E-MAIL：info@thanksmind.co.jp
<http://www.thanksmind.co.jp>

特集

「顧客志向に基づく提案型営業の基本⑥」・・・距離を縮める雑談

本誌では、「顧客志向に基づく提案型営業の基本」というテーマを特集しています。
前回は、営業としての基本姿勢を確認するとともに、提案型営業を実践する際の、基本的な手順を紹介しました。

今回もその続きです。

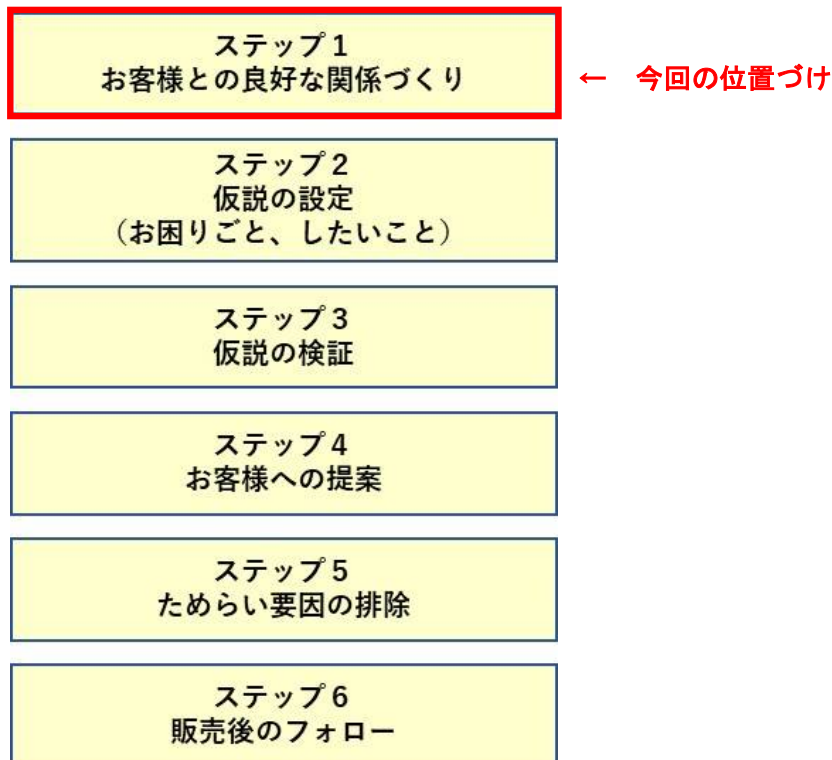
まずは、ステップ1の「お客様との良好な関係づくり」に入ります。

なお、本誌のバックナンバーは、以下のサイトでご覧になれます。

<http://www.thanksmind.co.jp/newsletter.htm>

1. 前号の復習 = 「提案型営業」の基本手順

提案型営業を実践する際の基本手順は以下の通りです。



ステップ1：お客様との良好な関係づくり

(1) 適切なビジネスマナー

①ビジネスマナーの基本的考え方

ビジネスマナーとは、仕事の中で、相手を不快にさせないための作法です。基本的な考え方として、以下の2つが大切です。

1) 他人基準の厳しい見方で考える = 自分基準はNG

ビジネスマナーに関しては、「自分は気にならないから良いだろう」という自分基準はNGです。常に他人基準の厳しい目で考える必要があります。

2) 多数決は通用しない = ひとりでも不快な思いをする人がいたらNG

「大多数の人がOKだから良いだろう」
この多数決の考え方が、ビジネスマナーには通用しません。
ビジネスマナーは、一人でも「不快だな」と思う人がいたら配慮すべきです。

②適切なビジネスマナーを実現するためには？

自らの容姿や動作等を、「お客様の視点から見てどう見えるのか？」を意識すること

「マナーだから髪の毛を整える」と考えるのではなく、「もし髪の毛がボサボサだったらお客様は自分に対してどういう印象を持つだろうか」というように、お客様の視点で自分を見つめる習慣が重要です。そうすれば、忘れることはありませんし、服装や態度といった別のことにも応用できるのです。

ここまで前号

(2) 距離を縮める雑談

①雑談の重要性

「本日はお時間をおとりいただき、ありがとうございます。弊社は、××を主に取り扱っている会社でして、今日、ご紹介させていただきたい商品は・・・」

営業担当者の中には、お客様を訪問して、いきなり本題に入る人がいます。タイパ（タイムパフォーマンス＝時間対効果）が注目される近年、特に、若い営業担当者にこうした人が多いです、

営業担当者の必要スキルとして、「雑談力」が注目されています。雑談力とは、「たわいもない会話を通して、相手との距離を縮めて良好な人間関係を築く」スキルです。そもそも雑談は、なぜ重要なのでしょうか？
以下がその理由です。

1) 緊張感をほぐすことができる

初対面や、これまであまり面識が無い場合、どうしてもお客様は緊張します。そして、人間は、生理的に緊張状態が長く続くことを避けたいと思いますので、お客様は、早めに話を終わらせたくなくなります。

その結果、営業担当者の話を熱心に聞かず、また、質問等もしなくなります。上手に雑談をすることにより、緊張感をほぐすことができ、その後の商談の活性化につながります。

2) 共通点により距離を近づけることができる

「あの映画のラストシーンは最高でしたね」

「本当に。私も涙が止まりませんでした・・・」

人間は、自分と相手に何らかの共通点があると、一気に距離が近づく傾向があります。雑談により、それを見つけ出すことができれば、お客様との関係が向上します。

3) 提案につながる情報を入手することができる

特に、一般消費者向けの商品の営業をしていると、お客様の趣味や家族構成等から、そのお客様の潜在的なニーズを把握することができる場合があります。

上手な雑談をすることにより、お客様のそうした情報を得ることが可能になります。

②雑談の定番ネタ

「雑談をしようと思っても、なかなかネタが無くて・・・」
営業担当者から、しばしば、そういう悩みを聞きます。

皆さんは、「木戸に立てかけせし衣食住」という言葉を聞いたことがありますか？
昔から伝わる、雑談の定番ネタです。

キ：季節の話題

「櫻の季節も、もう終わりですね・・・」

「最近、ずいぶん暖かくなりましたね・・・」

ド：道楽（趣味）の話題

「お休みの日は、どのようにお過ごしですか？」

ニ：ニュース・時事の話題

「大谷選手が、またホームランを打ったみたいですね・・・」

タ：旅の話題

「ゴールデンウィークは、どこか行かれましたか？」

テ：天気の話

「今日は、午後から雨みたいですね・・・」

カ：家族の話題

「お子さんは、おいくつになられましたか？」

ケ：健康の話題

「お身体の調子はいかがですか？」

セ：生活の話題

「駅前に新しくオープンしたお店、もう行かれましたか？」

シ：仕事／出身地の話題

「お仕事はお忙しいですか？」

「ご出身はどちらですか？」

衣：ファッションの話題

「センスが良いネクタイですね・・・」

食：食事の話題

「お酒はよく飲まれますか？」

住：住まいの話題

「素敵なお部屋ですね・・・」

上記のような「定番ネタ」を意識すれば、誰とでも、何らかの雑談はできるでしょう。ただし、雑談には、タブーのネタというのもあります。

それは、「政治」「宗教」「人種」「思想」です。

こちらが軽い気持ちで話をしても、相手にとっては、重い話の場合があります。

「あなたはどう思いますか？」と逆質問されてしまったら、軽く受け流すことが難しいです。

考え方が一致すれば、距離は一気に近づきますが、リスクが大きいので、雑談の話題にしない方が懸命です。

③雑談からの情報収集

上述の「①雑談の重要性」の通り、雑談を通して、提案につながる情報を入手することができます。例えば、某LPガスの小売店の場合、4年に1回、お客様のお宅を訪問し、ガス機器の点検をすることが義務づけられています。

そこで重要な営業スキルが雑談力。

雑談の中から、お客様の情報を聞き出し、潜在的なニーズを予想し、提案につなげます。

「ゴールデンウィークは、どこか行かれましたか？」

「家族でディズニーランドに行ってきたわ」

「良いですね。ちなみに、お子さんはお幾つですか？」

「小学校6年生と、4年生の二人の息子」

「スポーツとか、されているんですか？」

「二人ともサッカーをやっているわ」

「元気で良いですね」

こうした情報が収集できれば、「きっと洗濯物がたくさん出る」→「衣類乾燥機等に興味を持つのでは？」ということが想定されます。

雑談ネタの中で、特に、「趣味」「家族」「健康」「仕事」等の、個人情報に役立ちます。

ただし、いきなり、こうした情報を得ようとすると、お客様は警戒しますので、上記の例のように、「旅」や「季節」等の軽いテーマから入って行って、個人情報に繋げて行くことが得策です④

④雑談のポイント・・・上手に話を盛り上げるコツ

雑談のポイントは、ズバリ、「なるべく相手に話をしてもらうこと」です。
そのために重要なことは、上手に質問をすること。
「××はいかがですか？」と、話を振りましょう。
ただし、一方的に質問しているだけでは、会話が続きにくいですし、相手が警戒してしまう場合があります。
「実は、私も・・・なんです」等、自分自身の話もします。
感覚的には、「自分対相手＝3：7」くらいのイメージを持つといいでしょう。

もちろん、雑談が盛り上がり過ぎて、肝心な本題になかなか入れず、時間切れになってしまったら元も子もありません。
30分～1時間くらいの商談時間であれば、雑談に充てる時間は、2～3分くらいが適当でしょう。
営業研修の中で、「2分間の雑談ロールプレイング」を実施することがありますが、たった2分でも、かなりいろいろな話をすることができます。

<次回に続く>