

特集

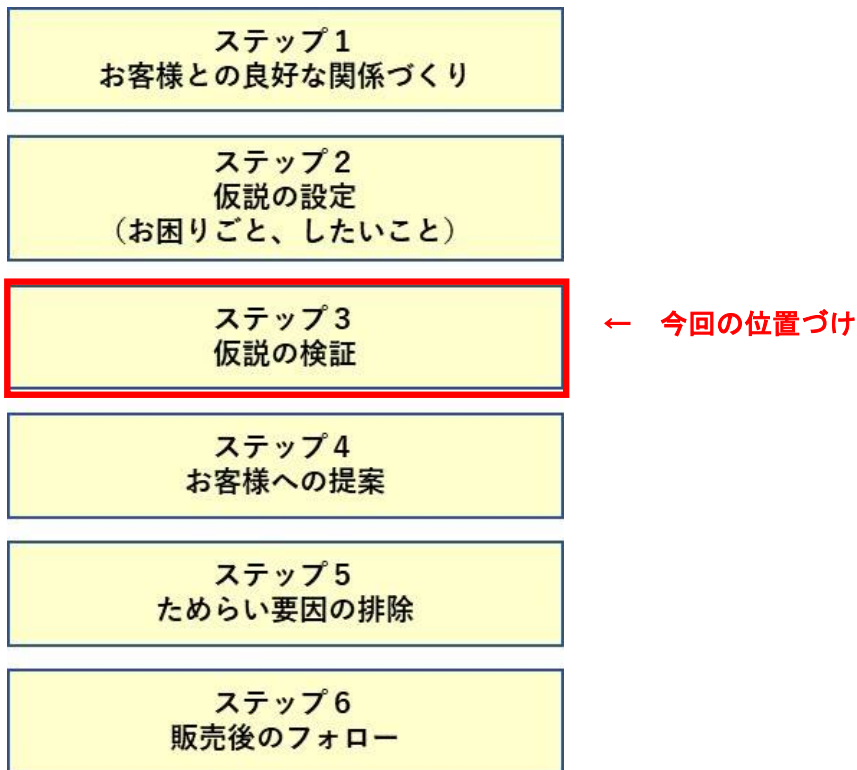
「顧客志向に基づく提案型営業の基本⑭」・・・仮説の検証(3)

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。
今は、「ステップ3：仮説の検証」の説明をしています。

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. 今回の位置づけ・・・「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。



2. 仮説の検証方法 ……これまでの復習（詳細は前号、前々号参照）

「仮説」は、あくまでも営業担当者の「予想」であり、いつも正しいとは限りません。お客様との会話を通じて、正しいかどうかを検証する必要があります。

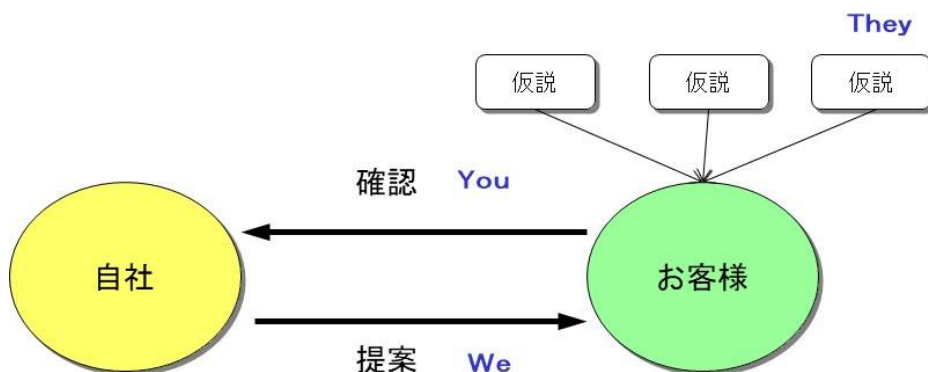
（1）お客様が話したくなるように（話をしやすくなるように）聴く = 傾聴する

- ① にこやかで、おだやかな表情で聞く
- ② 相槌を打つ
- ③ 途中で遮らない（最後まで聴く）
- ④ 共感しながら聴く

（2）仮説を投げて確認する

ステップ2で設定した「仮説」をお客様に投げることにより、正しいかどうかを確認します。

仮説を検証する際の質問の基本は、「THEY」→「YOU」→「WE」です。



「THEY」は、「他のお客様では、よく×××ということをお聞きしますが・・・」という話。まずは、ここで仮説を投げるのです。

そして、次が「YOU」。

「●●様はいかがですか？」と、仮説が当たっているかどうかを確認します。

お客様から、「確かに私も・・・」という回答が来ればOK。

「実は、弊社では・・・」と、「WE」で商品やサービスの提案をします。

— — — — ここまで前回 — — — —

（3）上手な質問によりお客様のことを深く知る

お客様のことを深く知ることができれば、その分、提案がしやすくなります。

以下が、基本的な質問です。

上手に質問して、お客様のことを理解しましょう。

① 「なぜ」を質問する

お客様の言葉を、常に、その理由や背景を考えながら聴きましょう。
そして、もし、それが分からなかったら、即座に質問します。

(例)

「最近、エアコンをつけっ放しだから、電気代が高くなっちゃって・・・」
「以前、昼間、働かれていますということをお聞きしましたが、**どうしてですか？**」
「犬を飼うことになったのよ。犬にも熱中症があるようだから・・・」
「なるほど・・・」

このような情報が得られれば、このお客様に対しては、「省エネ型のエアコン」だけでなく、「ペット関連商品（例えば、空気清浄機）」も提案できるでしょう。
また、ペットを飼っている他のお客様への提案のネタ（仮説）にもなります。

② 「数字」で質問する

「満足」とは、言い換えると、「期待通り」ということです。
お客様が考える「期待水準」と、営業担当者が考える「期待水準」に相違があると危険です。
営業担当者が「良かれ」と思って行ったことでも、お客様から見て、「期待外れ」になってしまうことがあります。
お客様の要望の「規定水準（＝程度）」を確認するために、「数字」を用いて質問しましょう。

(例)

「できるだけ早く見積りが欲しいんだけど・・・」
「具体的には、**何日くらい（いつ頃まで）**お待ちいただけますか？」
「できれば、今週中だったら嬉しいんだけど」
「かしこまりました」

③ 「大事の中の大事」を質問する

「売れる営業担当者」と、「売れない営業担当者」を見分ける質問がいくつかあります。
その中のひとつが以下の質問です。
「お客様が購入先を決める際には、『価格』『性能』『アフターサービス』『納期』『営業対応力』
等々、いろいろあるけれど、Aさん（お客様）が一番重視するのは何なのかな？」
「それは、全てでしょう」
売れない営業担当者は、大抵、このように答えます。
一方、売れる営業担当者は、「××です」と明確に答えます。
どのようなお客様にも、「大事の中の大事」があります。
それが、すなわち、お客様の「ツボ」。
そこをしっかりと押さえることが大事です。

(例)

「お客様が商品を購入する時は、『価格』『性能』『アフターサービス』等、いろいろな
ことを考慮されると思いますが、××様にとって、**その中で、最も重要なことは何ですか？**」
「やっぱり、『アフターサービス』ですね。当社みたいな商売は、故障した際にすぐに対応して欲しいから・・・」
「かしこまりました」

④ 「差し支えなければ・・・をお聞きしてもよろしいですか？」と質問する

例えば、お客様が考えている予算や、現在の購入先等は、営業担当者としては、是非、確認しておきたい情報です。

しかしながら、実際には、なかなか聞きにくいです。

「ここまで突っ込んで聞いたら、嫌な印象を持たれないか？」

質問をすることを、つい躊躇してしまいます。

そんな時には、この質問の仕方が有用です。

(例)

「××様の状況をしっかり把握した上で、ご提案したいと思っておりますが、差し支えなければ、今、どこから、いくらくらいご購入されているのか、お聞きしてもよろしいですか？」

この質問は、「質問をすること自体の了解を得る」ためのものであり、どのような内容であっても大丈夫です。

特に、「××のために」という、質問の意図をしっかりと伝えれば、かなりの確率でお客様は回答してくれます。

もちろん、「それは、機密事項にあたるので回答できない」という場合もありますが、それはそれでOKです。

「かしこまりました。もし支障があるならば、無理してお答えしていただく必要はございません」と、すっと引けばいいだけです。

決して、お客様に、嫌な感じを与えることはありません。

⑤ 「もし××だったら？」と質問する

例えば、お客様に提出した見積り金額について、お客様に感想を聞いたら、「他社と比べて高い」といわれたとします。

「差支えなければ、どのくらい差があるのか、お聞きしてもよろしいですか？」

「1割くらいかな・・・」

営業担当者は、④の質問を使って、お客様から聞き出すことができました。

しかしながら、それで終わってはダメです。

自社の見積り金額を他社水準に合わせれば、注文をいただけるのか？

お客様の真意を確認することが必要です。

(例)

「これから会社に戻って上司と相談しますが、もし、弊社がお見積り価格を、他社の水準まで下げることができたら、弊社からご購入していただけることを期待してもよろしいでしょうか？」

もし、お客様の回答が、「提案自体は、貴社の方がいいので、そうなると思うよ」ということであれば、実際に価格を合わせるかどうかを検討します。

「価格の問題以上に、弊社は、実績重視だから難しいかな・・・」ということであれば、この商談は、あまり深入りしない選択もアリです。

<次回につづく>