

「商談後の五分」が 営業人生を変える

商談記録の基本



ジェック・インストラクター
松井 達則
Tatsunori Matsui

「それ、一度 聞いたんだけど」

Kさんはお客さまに自社サービスの説明を行なっています。

Kさん「今回の提案は貴社のコストを10%以上削減していただくことを狙いとしています」

お客さま「ほー、どんな内容なの?」

Kさん「はい。こちらのパンフレットをご覧ください。これは、弊社の知恵を結集して新しく始めましたサービスです。まずは、この表をご覧ください」

商談記録を取らないと 信用を失う

Kさん「……」
Kさんは一度説明したことをすっかり忘れていたようです。なぜこのようなことが起こったのでしょうか? それは、毎回の商談記録をしつかりと取っていないからからです。

Kさんほどの例は少ないかもしれませんが、お客さまが何気なく言った一言を記録していなかったためにチャンスを逃したり、クレームに発展したりすることはよくある話です。また、Kさんのように、商談の場で自分が何を話したのかということも記録しておかないと、同じ話を繰り返してしまい、お客さまに「ワンパターンで学習しない営業だ」という印象を与えてしまいかねません。ワンパターンで成長の兆しが見えない営業は、その時点で、お客さまに「会う価値がない」という烙印を押される恐れがあります。このようなことを防ぐには、やはり商談後の記録が大切になります。誰しもが記録は必要であると認識しているはずなのです。

なぜ商談記録を 取らないのか?

大切だと分かつつも、商談記録を取っていない営業担当者が多いのは事実です。なぜ記録を取らないのでしょうか? まずは、単に「面倒だから」という理由が考えられます。商談が終わって、ホッとしてしまい、一気に関が抜けるため、記録を取るのが面倒になってしまうのです。

また、「書かなくても覚えていられる」という油断もあります。商談が終わったばかりの段階では確かに覚えています。そして、その記憶が永遠に続きそうな気がします。しかし、人間は忘れやすい動物。個人差はありますが、私ならば一週間もたてば90%くらいは忘れていきます。

いずれにしても、記録を取らない最大の要因は目先のことしか考えていないということにあるのです。

前回の振り返りで お客さまの記憶を喚起せよ

残念ながら、人間はすべての事柄を正確に覚えていることは不可能といえます。さらに、重要なものが、我々営業だけでなく、お客さまも商談の内容を忘れていく恐れがある、ということなのです。

お客さまが前回の商談の内容をよく覚えていないにもかかわらず、我々営業が一方的に話を進めても聞く耳を持つてはくれません。これでは非常に非効率的です。ではどうすればよいでしょうか?

それには、商談の始めに前回の振り返りを行うことです。そうすれば、「あー、そうだった。そんな話をしたな」とお客さまも記憶がよみがえり、話に耳を傾けてくださいます。商談の始めに前回の振り返りをするのは、お客さまに耳を傾けていただくためには必須となります。時には、「そんな細かいところまで覚えていてくれたのか」と感動を生むこと

商談後に五分、 時間を取る

このように、商談後の記録は非常に効果があります。逆に、記録をしつかり取っていないと「いい加減な人」という印象を与え、信用を失うことさえあります。

始めは「面倒くさい」という人もいるかもしれませんが、まずは商談中に取ったメモを簡単に整理し直すだけでも効果はあります。五分もあればできることです。その際、最低でも次の内容は記録しておきましょう。

- ・ 商談日時
- ・ 面談者
- ・ 商談の目的
- ・ 商談内容(自分とお客さまが話した内容)
- ・ 合意した事項
- ・ 次回までの課題

商談の後、「あー、終わった、終わった」とホッとしているあなた。次の五分が、あなたの営業人生を変えるかもしれませんよ。