

自分の都合で
質問していませんか?

反対したお客様が自ら商談に関心を持つてくださるための動きかけを考える

商談の行方は自分次第

5月号では「お客様の反対が出たら、それで商談はおしまい」は本当か、を考えました。

（会員）都合を優先すればするほど、お客様の胆嚢の胆嚢を自己都合を通す場としているのか、お客様のお役に立つ場としているのか、この違いであることが確認できました。

おはなせうわがまち

の反対が煩わしく感じられ、つい切り返したりかわしたりしたくなる。逆にお役に立ちたいと思えば思うほど、お客様に対しても関心が高まり、事情を知ろうと質問をしたくなる。こういうことでしたよね！

さて、今月はこの直後に陥りがちな落とし穴を確認しておきましょう。

商談を切り上げようとしたお客様が、

では、次の商談例の場合はどうでしようか？

営業 「こちらの装置のご導入、いかがでしょ
うか」

営業 「とおっしゃいますと、現在の設備で十分、満足なさってらっしゃるのですね」
顧客 「十分というわけではないが…」「するど、予算ですか？」

お客様の問題を 解決するための質

顧客 「もちろん予算の問題はある」
営業 「そうですか。他には何か?」
顧客 「うん、まあ、いろいろとね」
営業 「決定権の問題などもおありでしょ
うか」

「やはり最終的に決定されるのは経理部
長になるのでしょうか？」

顧客 「そりやそりや。金が絡むからな」
営業 「経理部長のご了解を取り付けるのは難しいでしようか」

顧客 「当然だろ」
営業 「そうですか…うーん、えーと…」
顧客 「じゃあ、こういひがなー

「いやあ、もういいがな」
「いいえ、ちょっと、もう少しだけ！」
「いやないよ」というお客様の本音に対
して、せつかくその事情を知るために素直に
質問して商談をつなげられたのに、結局なん

商談において、お客様が関心を持つていて、「...」とはただ一つ。自分の（自部門あるいは自社の）問題をどうやつたら解決できるかです。商品の購入を決定するのは、そのための手段にすぎません。そして私たち営業の目的もただ一つ、お客様の問題を明らかにして、

正しくは、「お役に立ちたい一心で質問するからこそ(因)、お客様も誠意を持って答えてくれ、結果としてお客様が自ら商談に関心を持ち始める(果)」となりますよね。

など、お客さまのお役に立ちたいとの想い
で質問して初めて、お客さまは自分が答える
内容に問題意識を刺激され、徐々に商談に対
して興味を高め関心を深めていくのです。

その解決策を提供することです。

売ることは、そのための手段にすぎません

したがつてお客様の反対される理由を質

問するといつても、こちらの都合でただあれ

これと、聞きたいことを聞きたいように聞い

ても、お客様を商談に引き付けることも、

有益な情報を手に入れることもできません。

なぜ「知らない」のだろう？

お客様を悩ませてていることは何なのだろ

う？

何が原因でそういう問題が起こってしまう

のだろう？

したがつて、この心理を梃子にしてお客様に質問していくと、次の三つのメリットが生まれます。

歩踏み込まれて思わず本音をしゃべる。例えば「うちはいらないんだよ」と反対したとき、反対した理由を質問されると、いつたいどんな気持ちになるでしょう。