

「うちの会社は、なぜこんなひどい商品を作るんだ」と会社に自信が持てなくなる↓「こんなものを売れ売れと指示する上司はおかしい」と、上司の批判が始まります。最終的には業績の上がない自分に嫌気が

商品は自分の使命を達成させるものと肝に銘ぜよ
自分が扱う商品に自信を持つためには、まず、十分な商品知識を持つことです。マイナ

「こんな商品、ろくでもない」とぼやいているあなた。何のために営業の仕事をしているのですか？

「○○社の商品は、無料であるのサービスがついているのに、あなたのところはないんだね」「○○社はもっと安いよ。高いよね、おたくの商品は」
このような否定的な言葉(マイナスシャワー)を浴び続けると、「うちの商品は、なんてダメなんだ」となりやすいようです。
こうなると、どんなマイナスのスパイラルにはまり込みます。

売るものに自信が持てない人はマイナスシャワーでずぶ濡れになっている

なぜ、このように「売るものに自信が持てない」という人が案外多いようです。

さし、営業という仕事そのものに疑問を感じるようになるのです。

自社商品のよい部分はお客さまが知っている

しかし、本当に自社の商品はライバルよりもはるかに劣っているのでしょうか？
ちょっと考えてみてください。我々の商品をご購入いただき、日々使用してくださっているお客さまがいます。また、ファンのお客さまもいませんか？ いるはずですよ。

そのようなお客さまは、我々の商品の良いところを知っています。ですから、使い続けてくれているのです。

しかし、マイナスシャワーでずぶ濡れになっている営業担当者、ライバルより劣る点ばかりに目が向く習慣がついています。その結果、自社商品のよい部分が見えなくなっているのです。

スシャワーでダメージを受けている営業担当者、多くの多くは、商品知識が不十分です。そして、なぜその商品が世の中に存在しているかを認識していません。
商品知識をつける際には、その商品の開発に至った背景や、開発に当たった方々の想いも調べてください。その商品が世の中で果たすべき使命を知るのです。

そのうえで、「その商品を通して、自分はお客さまや世の中にどのような役に立つのか」を明確に決めることが重要です。

例えば、私の知り合いの生命保険営業担当者は、「この保険で、多くのお客さまに安心して幸せな生活を『提供する』と目を輝かせて仕事をしています。彼にとっては、保険を売ることが仕事ではない。お客さまに安心と幸せを提供するのが仕事なのです。」

このように、その商品を通して、自分が世の中にどのようなお役立ちをするのかを決め、「それが自分の使命だ！」と思えたとき、その商品に、これまで持ったこともない自信が持てるはずです。

営業(基本)編
Vol.18



ジェック・インストラクター
松井 達則
Tatsunori Matsui

何のためにその商品を売っているのですか？

商品に自信を持つ基本

**「いかがでしょう？」
思い切って押すことができない**

以前、とある企業様で営業力強化コースを担当しました。一人の営業担当者がクロージングのR.P.を行いました。その方は非常にソフトな人当たりで、笑顔を絶やしません。たいへんよい雰囲気で商談が進みました。しかし、いろいろお話をするものの、最後の最後で「では、また何かありましたらご連絡ください。本日は失礼します」と席を立ってしまいました。クロージングのロールプレイングです。押すことが重要なのですが、その方は一度も「いかがでしょうか？」という言葉を出さなかったのです。

お客さま役の方が「もうひと押しあれば、気持ちに傾いていたのに…。残念です」とのコメントをしたことを覚えています。しかし、世の中にはこのように、最後に押すことができない方が大勢いるのは事実です。

「売るものに自信が持てなかった…」

その後、なぜ押すことができなかったかに

ついて話し合いました。その人は最初、

「タイミングがつかめなかった」

「ロールプレイングの時間が足りなかった」といった理由を述べていました。

そんな中、ある方から、「今のロールプレイングには自信が感じられなかった」というコメントがありました。すると、その営業担当者の顔色が変わりました。そして、ポツリポツリと、こう話し始めたのです。

「はい。確かに自信がありませんでした。実は、今扱っている商品に自信が持てないのです。ライバル商品にも劣っています。よいところが分からないのです…」

いろいろな企業様を担当させていただきま