

営業において営業担当者がお客様に「話すこと。説明すること」は、とても重要です。お客様にプレゼンテーションをする場を考えると当たり前なことです。しかし、実はもっと大切なことがあります。それはお客様に「聞く」ことです。ではなぜ、聞くことが大切なのでしょう？

## インターネットの普及で 情報量の差が無くなった

最近ではインターネットの普及で、お客様も多くの情報を入手している時代となりました。昔は情報とは売る側（営業担当者）がたくさん持っていて、お客様がそれを入力するには営業担当者から説明を受けるくらいしか手段はありませんでした。だから営業の場では、「話すこと。説明すること」

ただ話すだけ、説明するだけの営業マンではダメ!!

# 営業マンの 聞く 能力アップ術

前編

ステージアップコンサルティングサービス 代表 経営士 田中 忠  
URL <http://www.stg-up.com/> E-mail [info@stg-up.com](mailto:info@stg-up.com)

がとても重要でした。よって「立て板に水」のように話す営業マンもありだったわけです。

しかし、今日のようにネット化が進み、営業担当者とお客様との間に情報量の差が無くなってくると、ただ話すだけ、説明するだけの営業マンは、その必要性が無くなってきています。お客様に、「そんなことはインターネットを見ればわかることなのに」と思われてしまっているのです。

## お客様に合わせた提案

よって、誰にでも通用するような一般的な提案ではお客様は満足してはくれません。お客様にとっては自分の状況をしっかりと聞いてくれて、その状況からベストな提案や問題解決策を提案してくれる営業マンを望んでいるのです。そのためには営業マンは話すことより、お客様の話を聞く、上手な質問を投げかけてお客様から情報を引き出すことの方が、より重要になってきているのです。



### 説明するだけで精一杯？

では昨今の営業マンは、この間くという行為が十分にできていないでしょうか？ 残念ながらできていない営業担当者が多いのではないのでしょうか。以下、体験談です。

私は、中堅損害保険会社の営業マンをしていたことがあります。新人時代は多くの研修を受け、保険商品の知識を身に付け、同僚と

営業のロールプレイングを行い、いかにお客様に新しい保険商品の内容を知ってもらうかに注力して

いました。見込み客のところに営業に行ったときなど「あれを話して、これを説明して、この図を見せて」と、話すことや説明することで頭が一杯でした。そしてそれを出し切ろうと、営業の間では説明することに精一杯になっていました。それで結果がどうであっ

たかというと、ほとんど契約が取れず空回りの毎日が続きました。

### 優れた営業マンは話さない

そんな中、優れた営業成績を出している先輩からアドバイスをいただく機会がありました。彼の話によると、

「話もあまりしないし、説明もそんなに沢山しない」

とのことでした。

では何をするかというと、「お客様に最近の近況を聞いたり、保険に関する質問をしたりして、相手の状況を聞きだしている」というのです。実際に営業の場に行きさせていただと、最初は世間話をしながら、お客様の近況に関する質問をして相手の話を聞いていました。そして、その流れの中から「そうすると〇〇という状況に関するリスクがありますね。そういう場合のご準備はされていますか？」という風に保険の話が軽く振りました。お客

様の返答が「十分な準備はできていない」だった場合には、「今回私でも新しくできた保険商品では、〇〇という状況にもしっかりと対応できる内容になったのですよ」と、話をしながら新しい保険商品の特徴を短時間で説明しました。ここではあえて、多くの説明をせずにポイントになるところだけを説明して、それに対するお客様の反応を見ていました。

合わせて、お客様の保険に関する詳しい状況を聞くために、いくつかの質問をしながら情報を引き出し、それをノートに取って記録に残していました。そして「次回はおお客様の状況にあったプランを提案させていただきます」といった形で1回目の営業を終了していました。

話す比率は  
お客様…営業マン 118:2

その先輩の営業において、お客様と先輩営業マンの話す量を比較すると、その比率はお客様…先輩

営業マンⅡ8...2くらいでした。

最初の世間話でも相手が話しやすいように話題を振るだけで、あとは聞き役に徹する。簡単に新商品の説明をした後も、質問を投げかけて、聞き役に徹する。このような形を取っていました。

会社に戻ってから振り返ってみると、この意味が良くわかりました。次回お客様にしっかりとしたプランを提案するためには、お客様について多くの情報が必要であり、そのためにはより多くの情報を引き出さなければならぬのです。自分が会話のメインとなつて話したり、説明したりしては、相手から必要な情報すら聞きだすことができません。これでは、的外れなプランを作成してしまう可能性が大きくなります。そんなプランを次回に提案すれば、その案件は潰れてしまうばかりか、会社全体の評価を下げてしまう可能性すらあります。それではどんなに良い商品や良いサービスをもっていたとしても、営業を成功させることは無理です。

## 聞く力で営業力をアップ

逆に言うと、多少商品やサービスが競合他社より劣っていたとしても「お客様の状況にしっかりと合わせた提案をすることにより、営業で商品力を補うことができるともいえるのです。

お客様の要求を100%満足するものを提供するのは大企業であってもなかなか難しいものです。しかし、お客様が一番必要としていることや、一番困っているところに焦点を合わせたプランを提案する。商品とちよつとしたサービスを組み合わせたりして便利なプランを提案する。こういったことをすることによって、劣っている商品力を補い、魅力あるプランにすることは十分に可能なことなのです。それを作り出すためには、なんといいつてもお客様の詳細な情報・状況が必要なのです。それを入力するのは営業の場で収集するしかありません。だからこそ「聞く」のです。

下の会話例を参照ください。

## 会話例

『もしあなたがお客なら営業マンに何を求めますか?』

想像してみてください。あなたは今、テレビを買い換えようとしているとします。そこで電気店に行きテレビを眺めていたとします。そこに「販売員A」がやってきました。

販売員A「テレビをお探しですか? ではこのテレビはいかがでしょう」「これは発売されたばかりの新製品で、〇〇が優れていて他社に比べて倍の性能になっています」

「また□□もできます。加えてこれと組み合わせると△△なことも可能です。今一番売れているおススメ商品です」

「値段も勉強させていただきましたので、どうですかここで1台購入されては?」と話しかけられました。どう感じますか?

では次に、聞く能力の高い「販売員B」の場合を考えてみましょう。

販売員B「テレビをお探しですか? ちよつとお聞きしたいのですが、お客様はどのような感じでテレビをお使いになられようとお考えですか?」

あなた「寝室に一つ欲しいと思っていますので、あまり大きくなくてもいいから、夜映画なんかを見てみたいのだけど」

販売員B「そうすると画質にこだわりたいとお考えですか?」

あなた「いや、そういう場合はリビングのテレビで見るから、手軽さを重視したいね」

どうでしょうか? 「販売員A」より「販売員B」の方が、よりあなたの求めているものを提供できる可能性は大きいでしょう。当然、「販売員B」から買った方が満足度は高くなるはずですが、この例題は厳密には営業ではなく、販売になるので流れては同じです。お客様に的確な質問を投げかけて返答をしっかりと聞く。その答えからより深い内容を聞いていく。そして、お客様の求めているものに近づくていく。これが大切なことなのです。



## 聞くだけでは絶対に駄目 記録に残せ

お客様とやり取りしたことを、さちつと頭の中に残すことができれば問題は無いのですが、残念ながらそういう人は多くないことでしょうか（私もお客様とのやり取りを覚えるのが下手でした）。

では、そういう人はどうしたらよいのでしょうか？ それは簡単です。メモに書いて残すのです。相手の返答をさちつとノートやメモに記入して残すのです。

営業の場でさちつとノートなり、メモ帳なりにやり取りを書いて残すのは、決して恥かしいことではありません。逆にお客様の立場からすると、こちらが言ったことや、やり取りしたことをノートやメモ帳に書いて残してくれた方が安心します。何も記録に残さないと「こちらが言ったことを本当に忘れないのかな」と、不安を与えることとなります。堂々とノートや手帳を広げて書き込めばいいのです。

## 重要なポイントを記録に残せ

では、すべての事柄を詳細に紙に書いて記録すればいいのでしょうか？ いいえ、そんなことはありません。全てを記録に残そうと躍起になると、お客様の顔さえ見ることができなくなってしまいます。重要となるポイントだけを書き残せばいいのです。

では、どういうことが重要なのでしょうか？ それは、次回提案するプランを作成するのに必要な情報や、聞いておくべき事項などです。これらの事項を営業に行く前に、あらかじめピックアップしておきましょう。それをノートなり、メモ帳なりに書き記しておけばいいのです。そして営業しているときにお客様の返答のポイントを書き込めばいいのです。これの後々困ることはありません。

また紙に書くことによつて、営業の終了時点で、「では今日の内容を確認しておきたいのですが」と言つて記録したことをおさらい

します。これで営業内容にモレが無いが確認することができまし、もしお客様が伝え忘れたことがあつた場合にも、ここで改めて気付くことになり、追加で要望を話してくれることもあります。

## 対応シートを作つて営業するの、ひとつの手段

前述のように重要事項をピックアップしておくのもいいのですが、営業初心者にはあらかじめ、質問とお客様の返答事項を記入するためのシートを作つてしまうのもあります。質問事項もあらかじめ記入することにより、無駄な質問を避けることができます。これにより営業スキルが不足していても、対応シートを使うことによつて、スキル不足を補うことが可能になります。

次回の後編では、お客様との実際の営業の場を想定した内容をお伝えしたいと思います。

## Profile



ステージアップコンサルティングサービス 代表 経営士 田中 忠

1970年生まれ。経営コンサルタント。

中小企業のモノ作り、営業、経営の改善と支援を得意とする。

拓殖大学工学部卒業後、事務機器部品メーカーに技術者として入社。その後、損害保険会社の営業を経て、経営コンサルタントとして開業。社団法人日本経営士会会員。

メールでの無料相談受け付け中！ ▶▶▶▶▶ Email [info@stg-up.com](mailto:info@stg-up.com)

〒405-0078 山梨県笛吹市一宮町田中451-2

TEL 0553-47-4724 FAX 0553-47-5724

URL <http://www.stg-up.com/> Email [info@stg-up.com](mailto:info@stg-up.com)