



THOUGHT LEADERSHIP SERIES ビジネス達人 | No. 026

SALES

セールスの山と谷の住人



セールスには、論理も大切ですが、芸術的要素がより大切です。と言われてどうお感じになりますか？確かに、同じ製品を同じ方法で売ったとしても、それぞれのセールス担当、お話しするクライアントによって成果が変わってきます。だからこそ、私はセールスの仕事がエキサイティングで好きなんだ！と感じています。

セールスパークソンはセールスターゲットがあることが一般的です。毎月、月ごとのターゲットがあり、それが累積して四半期、年度のターゲットとして積みあがっていくのです。場合によっては、ウィークリー、デイリーのターゲットもあるかもしれません。このことからセールスは論理的のように感じ、緻密にデータを分析し、プランニングをし、ターゲット達成のためのスキルが欲しいと思う方が多いかもしれません。半面、感情や、幸運、ミラクルをも味方にし、楽しみながらセールスという仕事をしている、そのようなセールスパークソンが成果を出しているという事実です。

そうは言っても、セールスは数字の世界でもあります。これに当てはまる簡単なアルゴリズムがあります。例えば、100人にコンタクトを取り、そのうち80人と直接お話しをすることができ、20人と実際にミーティングにこぎつけ、その結果取引が成立するのが5人ということが割り出されているとします。この割合で分析すると、一案件のお取引を成立させるには平均で20人にコンタクトを取る必要

があるということになります。こういった理論が実際に通用するのであれば、年間ターゲットを設定したら、月ごとのターゲットを割り出すことができます。そのターゲットを達成するためのアクションプランを立てることが可能になります。セールスプロセスを科学する事ができるロジックがあるのです。

ところが、セールスは実際にはそんなに簡単ではない！と実感されている方が多いのではないのでしょうか。当然のようにターゲットを達成ができる月とそうでない月があったりします。同じ商材を扱っている同僚とも達成率にばらつきがあることもありませんか。多くの方はアップダウンを経験しているのではないのでしょうか。なぜ、科学的に論理的にオートメーション化して売り上げを上げることがこれほどまでにできないのでしょうか。

セールスの山と谷についてお話ししましょう。セールスの成功のピークとピークの間には谷があります。もちろん、山があるから谷があるのです。セールスパークソンとして、谷にいる時間を極力短くし、山と山を渡り歩くにはどのようにすれば良いのでしょうか。

そのために必要なのは、1)タイムマネジメントと2)自己管理をすることと言われています。この二つは対になったものです。セールスの成績が潮のように満ちたり引いたりするのはクライアントの意向や状況に起因する事だったりします。ネットワークを構築する事、コールド・コール、現在のクライアントのフォローアップや過去の

Dr. Greg Story

DALE CARNEGIE
TOKYO JAPAN

Dale
Carnegie™

セールスの山と谷の住人

クライアントへの再コンタクト、マーケティング活動から出てくるリードをフォローする事等々、いずれも時間がかかります。

前半でお伝えした例のように、十分なクライアントコンタクトに努めればそれだけアポイントの数も生まれます。そしてセールスの結果も上がります。地道にクライアントを開拓する活動は時間がかかります。現在進行形の案件に多忙を極めていて新規クライアント開拓ができなくなったりしませんか。多忙の霧が晴れたと思って回りを見渡すと、われわれの前に突然現れてくるのは薄いクライアントのパイプライン。そこで気づくのです。「あれ、自分は今、谷の底にいる!!!」そこで再び慌てて、新しいクライアント候補先を探すこととなります。そのような状況では、余裕もなく、クライアントと「対話」を行う精神状態じゃないかもしれません。クライアントに誠実でいられなくなるという悪循環が起こるので、これではクライアントの成功を祈ることができていない状態です。これがセールスの暗い深い谷の底にいる状態となります。この谷に長期滞在したりや住人にならないために！毎週売り上げ予想を行うための時間を確保する事が有効です。優れた「タイムマネジメント」が必要になり、これを毎週確実に実行するだけの「自己管理」する強靱な心が必要になります。そんなことか！と思われるかもしれませんが、この時間は、直接クライアントと接する時間ではないので、セールスパーソンにとってもどかしい時間を感じるのです。この時間をまるでマラソンの給水所のように、ながく安定的に効率よく走るための効果的なパ

ワーチャージの時間だと思えば、この時間をしっかりと確保する事に罪恶感がなくなるのではないかと思います。

セールスで成功されている方、即ち山の上の住人になっているお二人の過去のトレーニング受講者から私が学んだエピソードを共有させていただきます。

セールスにとって最初のコンタクトをするとき、断られたらどうしよう。買ってもらえなかったらどうしよう。という不安な気持ちが邪魔をしてコンタクトしづらいという気持ちもあると思います。

お一人目は会社の経営者の方、Pさんのエピソードです。その方が昨年おっしゃいました。「我が社のセールスチームの今年のテーマは、クライアントと友達になることなんですよ。そのほうがお仕事はスムーズじゃないですか！！それは決してコネ、根回し、馴れ合い、癒着、という利益欲しさの下心のある友達付き合いをするのではないですよ。クライアントを友達のように想えば、最善のソリューションを提供したいと思いますよね。ただその心を持つことだけです。」とおっしゃいました。私は、その気持ちがあれば、下心なくお友達を大切に想う気持ちでいつも誠実にファーストコンタクトができます。だからお客様も信頼してくれるのです。と思いました。その域に達すると、いつでも紹介や相談で忙しいセールスパーソンになっていくのです！もはや谷など存在せず、山から山へ渡り歩いている感覚になっていくことでしょう。

とはいっても・・・自分がその山を一步一步上っている途中で、まだ成果を出せていないとき、とても心配な気持ちに

なります。しかもセールスサイクルは成果が出るまで時間がかかるものです。商材によっては、クライアントの次年度の予算に組み込んでもらうというスパンでの商談になることもあります。年単位で成果が実るときもあります。そんな時同僚から「今期のターゲットを達成した！」ということを知ったとしたら、内心焦ったりする気持ちがあるという方も多いと思います。ここで、Hさんがおっしゃった決して忘れられない言葉があります。それは「成功は無限なの。ほかの人が成功したら自分の成功のチャンスが減るわけではないの。成功した姿を見せてくれた同僚に感謝して、私もその方の成功と一緒に喜ぶの！そうしたら自分も売れるようになったの。」Hさんは売れている方と自分を比べて自分を過小評価する事とは逆に、同じ商品を自信を持って売れることを証明してくれた同僚と、購入してくれたクライアントに感謝をし、喜び、彼らの山の上の景色と一緒に見て感動を味わったのです。そうすると永遠に山の上から二度と降りることはなくなったそうです。

セールスの皆さん！クライアントと同僚を大切に、応援をしましょう！そうすれば、常に山の上の素敵な景色を見続けることができます！

Dr. Greg Story is president of Dale Carnegie Tokyo Japan

Dale Carnegie Tokyo Japan

TEL: 0120-987-099, 03-4563-1963 weekdays 9:00-18:00, closed Sat/Sun/Holidays

FAX: 03-4563-1964

DALE-CARNEGIE.CO.JP/EN

