

営業の真髄

企業理念で利益よりもお客様に喜んで頂くことを優先したいと言っています。私たちは営業会社です。私たちの商品、サービスを常に世の中に広めたいと思っています。私たちの商品、サービスを通じて世の中に貢献することです。お客様を通じて社会に貢献して、その結果売上と言う利益を頂いています。お客様が私たちを選んで頂く理由は何でしょうか。お客様はきっと私たちを信頼し、自分のお困り毎が解決出来ると思って使用して頂いています。私たちはお客様にお試しをし、その結果お客様にご納得頂いたら契約になります。ということは、まずお客様のお困り毎を見つけなければなりません。お客様自身も何がお困り毎なのか理解していない場合が多いです。その場合お客様と共に、お客様の置かれた状況を把握し、お客様と共にお客様のお困り毎を探すのが営業です。

私たちは営業を誤解していたかもしれません。営業はキューピットなのです。

売り込みではないのです。お試しはお困り毎を探す旅なのです。

営業の真髄は私たちの売る気を無くすることです。お客様に商品をお薦めすればするほど逃げられてしまいます。お試しが、契約を上げる為では逃げられてしまいます。

売ろう売ろうとすればするほど、お客様は逃げ、お客様のお困り毎を探そうとすればするほど売れるのです。自分がお客様になってみて下さい。ただ勧めるだけの営業マンから商品を買いたいですか。それよりも自分自身の悩み、気が付いていない問題点を一緒に考えてくれる営業マンとお付き合いしたいと思いませんか。私たちは営業会社ですが、売る事が目的ではありません。目的はお客様のお困り毎を解決し世の中に貢献することです。

お客様の所に行く前にお客様のことをよく調べましょう。ホームページでお客様のことを調べるのは当然、そしてお客さまにお伺いしてもお客様の状態を「知ろう知ろう」とそこに焦点を合わせるのです。「知ろう知ろう」とするにはお客様に色々お聴きしなくてはなりません。焦点を「売る」ことに合わせてはなりません。焦点を「知る・探す」に合わせることが出来れば、お客様との信頼関係が醸造されます。するとお客様におすすめしなくても、お客様の方から「あなたにまかせる」と言ってくれます。

お客様のお困り毎を見つける旅なら当社の全ての商品のお試しをして当然です。

その中から本当に必要な解決方法を見つけて頂けるのです。私は過去いろいろの営業を受けてきましたが、ほとんどの営業は勧められる営業でした。私たちの営業もお勧めだ

けの営業から、お困り毎をお客様と共に見つける営業へ転換したいと思います。レンタルに行くときに「お客様の気づいていないお困り毎を共に見つける」の気持ちで行くと、お客様への対応は全く違ったものになります。ネットで注文のあったお客様に訪問するときに「お客様の気づいていないお困り毎を共に見つける」気持ちならば横へ横へ広がるはずです。ケアのサービスを行ったときに「お客様の気づいていないお困り毎を共に見つける」の気持ちで対応すると違った仕事の内容になるのではないのでしょうか。企業の目的は何ですか。利益を得ることではありません。商品サービスを通じて社会に貢献することです。しかし、私たちは目の前のお客様と接するときついつい基本を忘れてしまって、売ろう売ろうとしますが、「お客様の気づいていないお困り毎を共に見つける」を基本にして、売るけど売らない、売らないけど売る。この極意を全員で身につけたいと願っています。