

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「あともう一回!」

先日、郵便配達の方が会社へ来ました。当社の担当が印鑑をもって対応しようとする、「印鑑ではなくて…」とのこと。年賀状を販売しているようでした。おおよその枚数を計算して、ネットで購入しているため、その旨を伝えると、がっかりした様子で戻られました。

そんなことがあった翌日。新聞に年賀状販売の現状という記事がありました。「自爆営業」との見出し。配達員の方はノルマがあり、人によつては数万枚単位とのこと。自分に割り当てられた枚数を販売できず、「金券ショップ」などで売っている、という記事でした。わざわざ、地方から東京の金券ショップに向いてくる方もいるそうです。きついノルマとの戦いをみて、自分の営業マン時代を思い出しました。

新人の頃はお客様が全くいませんから、お客さんを探すことからスタートです。今のように便利なツールもないので、まずは電話営業から。朝礼が終わったあと、すぐにスタートします。会社というのはいたいしたもので、セールストークが用意されており、もう何年も使っている「源泉」といわれる営業リストがあります。基本的には自分流です。真面目にやっていると、先週話も聞いてくれなかったところでも今日は違い、有効なアポイントをとれることが稀になりました。しかしほとんどは「間に合ってます、結構です。」の連続です。突破口は、担当者の名前を知ることなのですが、教えてくれることも滅多にありません。特に大手企業では半年間、かかったこともありました。

最近では、ネットが普及して、このような営業法も変わってきています。しかし、扱う商品にもよりますが、いつの時代も、初めての電話、初めての訪問では、お客様は警戒心であふれています。

そんなお客様に、「二発目」で何かを購入してもらおう、というのは至難の業です。その警戒心を少しずつ和らげてお客様との距離を縮めていくのが、営業として必要なことだと思います。私の場合は、そんな知識も技も無かったので、断られても電話や訪問を重ね、時には怒られながら営業を続けました。ようやく、契約していただいたお客様と、数十年たった今でも私の「しつこさ」を笑い話にしています。

年賀状は、多くの会社で必須なものですし、ほぼ、確実に購入するはずですが、一度目は、「ネットで購入するから」と断られてしまったけれど、再度、来ていただければ購入してもいいのになあと思っただけですが、なかなかもう一回来てくれません。

時代は変わっても「あともう一回」、行動することによって何か変化があるのでは?と思います。(郵便局の方は、別なところで大量に販売して既にノルマクリアなのかもしれませんね。)

自分の販売している商材やサービスは、必ずお客様の役に立つと確信し、若い時代は熱意だけで営業をしていました。現在もその信念は変わりませんが、「あともう一回」の行動は簡単ではありません。そんなときは、「ランチエスター戦略」を読み返し、当時とは違った目線で考える毎日です。

ランチエスター戦略がイチからわかる本…竹端隆司 すばる舎
小さな会社の社長のルール…竹田陽一 フォレスト出版

ご案内

ホームページ、会社案内、名刺、ノボリ、クリアファイル etc…。
貴社だけのオリジナルデザインで制作します。



当社の制作実績、ラップニュースのバックナンバーは

<http://www.raptokyo.co.jp/>

※アンケートがありますのでよろしければご意見をお聞かせください。