

◎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

「長い耳、持っていますか？」

先日、あるお客様のところへ新サービスの提案を持って出かけました。私は、その会社にとって集客に役立つサービスであり、社内の業務効率もアップするものと思いい説明を始めましたが社長はあまり関心がない様子。少々、不安になった私は「実際のところ、どうでしょうか？」とお聞きしたところ「あまり関心は無いけど、うちのお客様が便利になるのならいいのかもね」との答え。それを聞いた私は様々なことに気づかされました。

その社長は私の提案を「自社のお客様」に対してのサービスと理解してくれたようでした。つまり、私が伝えた会社にとってのメリットよりも、その先のお客様のことを考えていた、というわけです。社長の会社に持たせられるメリットを中心に考えていた私は、もう一度、考えてみることにしました。やはり、お客様は様々なことを教えてくれます。

そして、思い出したのが、「理解してもらうためにはこちらが先に理解する」ということでした。私は、お客様にとって便利で有益なものであるはずだから、と思っていましたがお客様のニーズや関心、あるいはいまの状況など、まずは相手の事を理解していくことが先だったのです。

優秀な塾の先生は子供の学力を理解してから教えるそうです。良い医者も、患者からしっかりと問診をしてから適切な処方のできる人と言われています。どちらも相手を理解することが先。これは簡単なようでとても難しいことです。多くの場合、自分の知識などを先に言ってしまうことで、多くの人は相手を理解しようとして聞いているのではなく、答えようとして聞いている、

とあります。自分の商品やサービスの良さやメリットを相手に伝えたいのは、どの会社も同じこと。しかし、お客様のニーズを汲み取ることもなく、自分が言いたいことだけを言ってしまうのでは返ってくる答えは「間に合ってます」になってしまうと思います。

当社はこんな商品を扱っていますが、もっとうちの商品を知ってください、こんな風に毎日のように電話やダイレクトメールが届きます。電話営業の中には私の漢字の読み方を間違えて、「イケタニさんいますか？」という人もいます。スタッフはその瞬間、「間に合ってますので結構です。」と電話を切ります。無作為に営業している会社にとっては質より量なので、それはそれでいいのかもしれませんが。しかし、ネットで検索すれば多くのことがわかってしまう時代。せめて、お客様のニーズを掘りおこす、その手前の営業トークでもいいから考えてみたら？と自社のことも含めて考えることがあります。

「素人は商品を売り、プロはニーズを売る」。では、ニーズとは何なのか？お客様を理解し潜在ニーズを掘り起こし、問題を解決すること。お客様にニーズを売れるようになるためには「理解力」を高めるしかないようです。修行の毎日が続きます。

まず理解することを求めよ。問題が起こる前に、評価したり処方したりする前に、自分の考えを打ち出そうとする前に、まず理解しようとする。それが相互依存の強力な習慣なのである。(ステイブ・ブ・コヴィー)

ご案内

ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。

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

※アンケートがありますのでよろしかったら、ご意見をお聞かせください。

ウチのホームページ大丈夫？

貴社のホームページ、スマホでみると？

スマホ対応が気になる方はこちら



<http://sumano.raptokyo.co.jp/>
TEL:042-349-3535 (担当：田島)