



世界最先端のマーケティング手法を使って、90日で業績アップを目指す実践経営者のための、現場で即活用できる情報を手に入れることができます。



<http://www.top1special.com>

セールスははじめの一步：紙と鉛筆のセールス法

実践経営者 平 秀信

ニューヨークからの原稿です。

セールスを難しく考える人がいます。なぜかという、商品の説明して、お客にその商品を売らなければならないと思っているから。しかし、その考えを捨ててしまうと後は簡単。誰でも一瞬にトップセールスマンに変わることができます。

と、いっても現実にはできないし、トップセールスマンも少ない。これは、なぜでしょうか？

答えは簡単。二つです。

- ① セールスを一度もしたことがない
 - ② 飛び込みセールスをしたことがない
- ということ。

セールスを一度もしたことがない人間は、セールスはできません。一度も泳いだことがない人間が泳げないのと同じ。「人と話すのが苦手だから、セールスは無理」という考えは、完全な誤解です。話すことくらいできるでしょう。できないのは、商品売り込むことができないということではないですか？

商品売り込まないセールス法を「殿様セールス法」といいます。これは、本当に優れたセールス法なのですが、これもなかなかできない。なぜできないのかというと、ズバリ、すぐに「商品の説明をしなければならない」と思い込んでいるからです。

トップセールスになるためには、心に決めなければならないことがあります。それは、「商品説明をしない」ということです。もちろん、永遠に商品説明をしないわけではありません。初回面談のときに商品説明をしないということですが。

信頼関係ができたとき、もしくはお客に商品説明を聞く準備ができたときには積極的に説明が必要なのです。

茨城にアルルホームズという住宅会社があります。ここの安倍社長にかなうセールスマンはこの世にいないと断言できる、セールスマンの中のセールスマンです。過去、いくつもの業界のセールスマンを経験してきましたが、すべてトップの成績を残してきました。(ある宅配便のセールスだけが全国2位だったそうです)

つまり、どんな業界のどんな商品でも売ってきたのです。彼に、トップセールスになる極意

を聞きました。極意は二つ。基本を身につけること。

- ① 飛び込みセールスを経験すること
- ② 商品を理解する。しかし、商品の説明をしない

① の飛び込みセールスを経験することですが、飛び込みセールスはセールスの基本だそうです。これができなければセールスは無理とっています。商品は売れなくてもいい。セールスとはどんなものなのかを経験することが重要。

② ですが、売れないセールスマンは例外なく、早い段階で商品説明を始めます。しかし、トップセールスマンはなかなか商品説明を始めません。まずは、「どうしてその商品が必要なのですか？」ということ聞き、その答えについてさらに質問をくりかえしていきます。この段階では、商品カタログも何の準備もいらないのです。

トップセールスマンは、大きいかばんを持っていません。ほとんど手ぶら。もっていて、紙と鉛筆です。初回面談はそれで十分。聞き取りに徹し、お客の持っている問題を明確にするのです。そして、次回アポをとる。初回面談の最大のポイントは次回のアポ取りです。

このセール法的前提として、ダイレクトマーケティングの手法を使い、お客のほうから手を上げさせるということはいうまでもありません。お忘れなく。

今回はここまで。

追伸

セールス法については、佐藤昌弘さんのセールス本がお勧めです！ぜひお読みください。

(平 秀信)

■この記事の関連教材のご紹介はこちら

広告・DM百十番勝負

<https://www.top1special.com/product/hira/detail-110.html>

警告！

このレポートに収録されている文章および内容については、ダウンロードした方がご自身で読み、ご自身のために役立つ用途に限定して無料配布しています。

このレポートを、販売、オークション、その他の目的で利用するには、著作権者の許諾が必要になります。

このレポートに含まれている内容を、その一部でも著作権者の許諾なしに、複製、改変、配布を行うことおよびインターネット上で提供する等により、一般へ送ることは法律によって固く禁止されています。