

# メンター通信

第30号

発行元

メンターシステム(株)

TEL059-398-0123

FAX059-398-0153

私に車が売れるなんて、信じられませんでした

もう十五年も前のことですが、私はそれまでやったことが無かった営業職に配属が変わりました。

年齢がいつてからの転職が原因していたのか。ほとんど研修らしい研修はありませんでした。

同行訪問と称して、マネージャーが話しているのを横で見ている程度でした。時には車の中で待っている始末。

マネージャーにしても、自分の仕事を邪魔されたくないのに、やむを得ませんが・・・

そんな状況でも、短時間で車の販売ができるようになったのは理由があります。

**理由その1、訪問面回数を多くした。**

これも運がよかったのですが、意外と早くテリトリをもらえたのです。前任者が辞めてからあまり経っていませんでした。担当テリトリを貰えました。

普通は、私がテリトリを持つということは、他の営業のテリトリが減るといふことなので、周りからの反対が結構あるものです。とは言え、何をどうやって売ったらいのか。何から初めていいのか分からない私では、テリトリを貰うという意味が余り分かっていませんでした。

ただ、自由に歩きまわれる地域を貰ったというだけです。

それで私は、鞆に全てのカタログを詰めて、一軒一軒歩き始めました。

「こんにちは、です。ぼつぼつ車

の買い替えは如何ですか？」

「車屋さん、うちはいいわ」

「そうですか。あつ、カタログ置いて

おきます見ておいて・・・」

門前払いが続きます。

□下手が原因してか。話が出来ても、ほんの数分、いや数秒です。

そんな訳で、件数だけは一日一〇〇件も、廻ることができました。

後になって分かるのですが、営業を成功させるには、この短い訪問が不可欠です。

お客さんの都合を考えると、商品が欲しいときに営業がいてくれ



たら買うだけのことです。

皆さんもこういう経験ありませんか？知人から、パソコンや事務機を買ったたらお願いするね。と頼まれていたのに、タイミングよく入ってきた営業から購入してしまい、後から気づいてしまった。

意外と買う側に立つと人のことを考えていないものなんです。ですから、私のように営業の苦手な人は、訪問頻度を増やしお客さんが買いたいときに偶然出くわすしかないわけです。

こういう体験を繰り返すことで、お客さんが本当に買いたいと思っているときとは、どういう雰囲気のか分かるようになってくるのです。

小さい会社の場合に、これを補うのが通信を利用した営業です。

電話、FAX、ハガキ、メール、ホームページなどです。

## 理由その2、2回目以降の工夫

さて門前払いが続き、カタログを配りつくした私は、2回目の訪問をどうしたらよいか解らなくなりました。

だんだん腰が引けてくるのです。

どうせ断られるから、どうせ売れないから……

そんなとき追い討ちを掛けるようにマネージャーが、

「おい、お前カタログを撒きすぎや！いくらすると思ってるんや！」

私は驚きました。それと同時に

「じゃあ、どうすりゃいいんや！」ちょっとムカツと来ましたね。

そつでしょ。ただでさえ売れないのに、カタ

ログなしで……

まあいいや。じゃあ安いチラシでも、持って

訪問すればいいでしょ。そつ心でつぶやいていました。

結果的には一緒でした。安いチラシをもって回るにしても、チラシをひと回り配れば、いく宛がなくなるのです。

車を売るところか、訪問するやる気さえなくなってきました。

「ちょっと待てよ。昼間なんて車に乗らないお婆ちゃんや、車には真つ向から反対の奥さんばかりに、会っても車は売れんわな。」喫茶店でサボってコーヒーを飲みながらこんなことを考えたこともあります。

元来せっかちな、私は喫茶店に5分も居座れず、直ぐに飛び出してまた訪問を始めました。



とはいえ依然としてどうやって訪問したらよいか分からない状態が続きました。

私 「こんにちは、 ですけど・・・」

奥さん 「ああ、車屋さんね。大変やね」

奥さん 「どう、売れる」

奥さん 「経験長いんじゃないの」

私 「はあ・・・」

私 「車って何か乗られているんですか」

奥さん 「そうですね。車庫に入っているやつですよ」

奥さん 「ぼつぼつ替えたそうに、してたよ」

私 「ご主人ですか？」

奥さん 「そうよ。」

私 「で、いつおみえになります」

奥さん 「7時ごろには戻ると思っけど」

私 「そうですか、じゃ。そのころまた来ます」

奥さん 「はい」

なんだか。急に気持ちが軽くなりました。

「うん？こんなんでいいんや。」

なぜ、奥さんはいろいろ教えてくれたか？

その理由はいくつかあります。

- ・ 幾度か訪問しているうちに、私から売りたいオーラが消えてしまった。
- ・ カタログや鞆を持たなくなったので、警戒心を持たれなかった。

・ いつの間にか聞き手になっていた。

その中で、一番大きいのは次も訪問するにはどうすればよいかを考え始めたことです。

**結論は、売りを出さないということです。**

これ以降、肩の力が抜け訪問が出来るようになりました。

余裕が出来てくると不思議なもので、さりげない質問から車を買いたいと思っているのは誰なのか、それがいつころ予定しているのが分かるようになってきたのです。

誰なのかが分かれば、次に決定権を持った人は誰なのか。その人が一緒に家にいるのはいつなのかを決めてしまえば、かなりの確率で、販売は成功します。

車のように元々買い替え需要がある場合、その神経を研ぎ澄ますことで、一回の訪問でなんとなく分かるようになってきます。



### 理由その3、3しないの実行

初回訪問の注意点をまとめますと

- 1、売り込まない
- 2、カタログを出さない
- 3、商品説明をしない

売り込まない、カタログを出さないというのは理解いただけたでしょうか、商品説明をしないというのは、少し難しいところがあります。

なぜかといいますと、お客さんによっては、買う気はさらさら無いのに興味本位で聞いてくる人がいるからです。

車の販売をしていて一番聞かれるのが、値引き金額です。

「ところでいくら値引きするんや」

この言葉が出たときは要注意です。

ここからが営業の技量の差が極端に出ます。

金額を聞くというところは、興味があるのには間違えは



無いわけですが、問題はその動機です。

参考のタメに知りたいのか。どこかで話すネタにしたいのか。

本当に購入を検討するために必要なのか。

初回の面談で、購入を検討するために値段を聞く人は稀です。

それなのに、確かめもせずに商品説明を初め、最後には今なら安くするのでといって値引きを置いてくる、

更に輪を掛けて

「もしお気に召さないなら、もうちょっと引けますよ。」

なんていう営業は最低ですね。

これも商品説明になりますので、少し我慢と工夫が要ります。

このようなことを考えながら、私は一軒一軒訪問を続けたのです。皆さんのところの営業マンはどのように工夫されていますか？

### 営業の前の営業

いまでこそ、似顔絵を名刺に印刷する人が増えてきましたが、15年前前から私は似顔絵を使うようにしています。

と言いますのは、昼間訪問しても、やはり留守のお宅が大変多いのです。あるとき、たまたまお会いできた人で娘さんの車が欲しいとおっしゃっていた方が見えました。

ところが、それで降昼訪問しても留守。夜訪問しても合えずにしたのです。

なんとか、この方から連絡を貰いたいのと、忘れられては困るので、手紙を書こうかと思いつきました。

しかし、一度しか会っていない営業マンが手紙を出しても、誰かわからないのではないかと考えました。

そこで知り合いのデザイナーに頼んで似顔絵を描いてもらうことにしました。

その似顔絵をコピーし、その紙に手紙を書いてせっせとポストに掘り込んだのです。

最初会社でコピーするのにとても恥ずかしくなったことを覚えています。見つからないようにコピーをしようと思ったのですが、女子事務員に見つかってしまい、思わず、笑われてしまいました。

そんな努力が報われたのか、遂に私はその奥さんとお会いすることが出来ました。

そして奥さんの口から出た言葉は、



初代



2代目、髪の毛を削られました



3代目？

「旦那が、別の営業所に知り合いがいるからとそっちで買っことにした」でした私の考えすぎかもしれませんが、どうやら似顔絵が効きすぎたようです。

それにそのメモの内容も、奥さんと娘さん宛てに書いたものばかりだったのです。

ここでの教訓は、決定権者が誰で、人間関係がどうなっているかわからないうちから、接近戦に持ち込んではいけないという点です。

その後私は、企業相手にビジネスをしていますが、特に企業の場合事前に調べておくことが沢山あります。

最近インターネットが発達して、検索して調査をしたと思いつている人がいますが、誰でも手に入る情報を持っていても、競争相手に対して脅威ではありません。

よりお客さんに一歩近づいた情報が効果的になります。

どんな情報を集めたらいいかは、少し考えればわかります。

◆ 決定権者が誰であるか。

◆ 決定権者は、いつ会社にいるのか。

◆ 決定権者が決定を下すときに、相談する人はいるか。

