

「…ねばらない」より 「…したい」気持ちが結果を生む



倉田豊治(くらた・とよじ) (株)サンユウ専務取締役。オリックスに4年、日本興亜損保に10年間営業マンとして勤務後、99年サンユウ創業。当初は本当に売れない日々が続いて、2月の20の中寒さで死にそうになったり、カードローン地獄も経験する。オール電化普及で次第に売れはじめ三菱電機・東芝などの関東地区販売実績で度々第1位を獲得。最近では文化放送・ニッポン放送などのマスコミにも出演。昨年はFMで毎週火曜日にビジネス番組も持つ。日経ホームビルダーなどの取材も受ける。現在、自身の経験を元に「いくつかのルールを守るだけで凡人でも短期間でダントツの成果を上げる営業ノウハウ」をテーマにビジネス塾を主催講演中。

この連載の5回目でお話したように、オール電化ビジネスでは粘り強く活動を継続することがポイントになります。しかし、なぜ人間は途中で諦めてしまうのでしょうか。皆さん自身、どうですか。セミナーなどで「なるほど」と思っても、最初は一生懸命に行うけども、途中でやめてしまったという経験はありませんか。

それは、人間があることを継続して行うためには「したい」という気持ちがないと続かないからです。「ねばらない」という思いだけでは続きません。それを図にしたのが「Want to do曲線」と「Have to do曲線」です。この違いによって、結果は大きく変わってきます。

なぜ長続きしないのか

皆さんの身近な例で言えば、「チラシを配れ!」と言ったら従業員はチラシを配ります。けれど、それは「怒られたくない」という動機から動く活動なので、一時的に行動量は増えますが長続きはしません。

また、心を込めないで配るので、お客に響きません。皆さんだって、ポストの中に入っているチラシを見れば、ガサッと雑に投げ入れられたチラシと、丁寧に入れられたチラシの違いは分かるでしょう。

「今月1本売らなければクビだ!」などと脅せば、その月はやります。だけど翌月もしますか? 強制力が強ければ強いほど、一瞬は上がりますが、またすぐに下がってしまいます。

だから活動を継続するのに必要なのは「Have to do」ではなく「Want to do」なのです。もちろん、「ポスティングを明日からやろう」というときに、店主だけが「したい」と思っても駄目です。従業員の全員が「したい」と思わなければ結果は伴いません。

大事なのは、結果の元は何かということです。明日の朝になったら、太陽光発電の契約書が5件ポストに入っているなんてことはあり得ません。つまり、結果を出すには行動するしかないのです。

では、行動の元は何かといえば意識です。モチベーションです。「したい」という意識に変われば、行動が変わり、結果も変わるのです。

そして、経営者としてすべきことは結果の管理ではなく、行動や活動の管理です。

結果の管理をしようとしてよくある失敗が、「今月は何台売れ!」と発破をかけるやり方です。当然ながら、この命令を受けた従業員が何をするかというと、今月中に売ろうとします。

「今月ならキャンペーン価格で購入できますよ」とか、最悪の場合は「来月なら考えるけど」と言っていたお客にまで「今月何とかありませんかね」と売り込もうとします。

これは、自己都合の売り込みでしかありません。お客の事情などお構いなしの営業です。無理やり売り込めば、クレームにつながるでしょう。

ですから結果ではなく、そこに至るまでの行動、例えばポスティングを誰が、いつ、どれだけまいたかなどを管理すればいいのです。

