

学んだことが 無意識に行動できるまで



倉田豊治(くらた・とよじ) 株式会社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-2℃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。

「状況の力」を利用する力を養う

11月9日から「オール電化&太陽光ビジネス塾」の3期生がスタートしました。エコポイントやデジタル放送への完全移行など、ここ数年、家電業界ではさまざまな政府の施策が後押ししてくれました。恵まれた業界ですが、ある意味で、自店の本当の実力を見えにくくしているという負の側面もあるのではないのでしょうか。

本連載の第18回でも紹介しましたが、「状況の力」の利用は、マーケティングの有効な手法のひとつです。「3.11」という未曾有の震災という状況の力を、オール電化や太陽光発電システムの提案に利用することを紹介しました。

「3.11」以後の状況の力では、家電店自らがアイデアをひねり出して、販促の企画を立てていかなければいけません。

これに対して、「3.11」以前の状況の力は、エコポイントやアナログ停波など、政府や国がお膳立てしてくれた施策です。自ら考える力を持たない家電店でも、商品が売れるという状況を生み出しました。

実際、アナログ停波後の8月、9月、10月の家電店の販売状況は、見るも無残な状況ではないのでしょうか。しかし、それ以前から太陽光発電やオール電化で、試行錯誤しながらも自らの企画力を鍛えてきた家電店は、このような状況でその力を発揮しています。

ビジネス塾の1期生の中には、この時期に店舗を大幅改装して11月下旬にオープン記念セールを実施する店があります。異業種とのジョ

イントベンチャーを企画していて、詳細は改めてご紹介できると思いますが期待が持てます。

また、同じく1期生のほかの店からは「太陽光発電とオール電化、蓄熱床暖房で500万円を超える成約をしました!」という報告を受けました。この店では、今年の5月から仕込んで提案を進めていました。

3期生も、ぜひともがんばって販売ノウハウを身に付けていただきたいと思います。

「学びの4段階」

今回は、講義の中でも話した「学びの4段階」を紹介しましょう(図1)。人間は誰でも、何も学んでいなければ最初は何も分かりません。これを「無意識の無能」の段階としましょう。

しかし、学びを得ることで次の段階、つまり「頭で分かっているけどできない」という段階にステップアップします。ビジネス塾では、初回は1泊2日の基礎研修を行います。ここで、分厚いテキストで紹介しているほとんどすべてのノウハウを集中的に学びます。

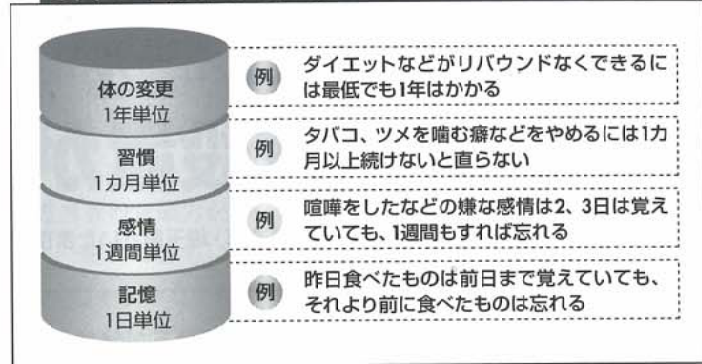
これが「頭で分かっているけどできない」段階です。基礎研修で「頭では理解できた」、けど「実際の行動にはまだ移していない」からです。これを「有意識の無能」の段階と呼ぶことにしましょう。

問題は、この段階で放置すると1週間後にはすっかり忘れてしまい、「なんかいい話を聞いたな」で終わってしまうことです。それ以前の日常に戻ってしまうのです。セミナーに参加したときは「よし、帰ったら必ずやるぞ」と胸に誓っ

●図1 学びの4段階



●図2 習慣化するには



たはずなのに、いつの間にかすっかり忘れてしまったということはありませんか。

「オール電化&太陽光ビジネス塾」では2回目以降は、基礎研修での学びを自店に戻って実際の商売で使ってみて、その成果や疑問、アプローチ過程を報告するという体験型ワークショップスタイルを採り入れています。それは、次のステップまで引き上げるためです。

つまり「知っているが意識しないとできない」という段階です。知識として知っているけど、意識して行動しないとできない状態で、「有意識の有能」と表現できます。

かく言う私も、最初のクロージングのときは事前にメモをして、漏れなく進行できているか途中でチェックしながら進めたものです。絶対にやるべきこと、忘れてはならないことは手に書いたりもしました。

そうやって意識しながら行動を続けていくうちに、「無意識で(考えなくても)できる」段階に至るのです。「無意識の有能」という境地に至れば占めたものです。ノウハウが体に染み付いたといえるでしょう。

「アップセールス」を例に挙げれば、最初は忘れないように意識して行いますが、これをずっと続けることで意識しなくてもできるようになります。やがて、アップセールスをしないと気持ち悪い気分になると思います。

では、無意識の習慣化にするまでに、どのぐ

らいの月日を要するのでしょうか。それを示したのが図2です。「1週間前の晩ご飯に何を食べてましたか」。急にこのような質問をされても即答はできないでしょう。

人間の「記憶」とは、1日単位で失われるものです。だから受験生は、毎日勉強しなくてはならないのです。

次に「感情」は1週間単位と言われています。喧嘩などをして嫌な気分になっても、2、3日は覚えています、1週間もすれば忘れてしまいます。

そして「習慣」は、意識して行動を続ければ1カ月単位で変えることができます。ツメを噛む癖をなくすとか、タバコを吸わなくなるには、最低でもその状態を1カ月以上継続しないと変えることはできません。

ビジネス塾で2回目以降はワークショップを約半年間かけて行うのも、個人差はありますが、学んだ知識を自分の身に染み込ませるのに、最低でも数カ月は必要だからです。

最後に、「体」の変更は1年単位の日数を要します。リバウンドすることなくダイエットできるようになるまでは、最低でも1年はダイエットを続けなければいけません。

学んだノウハウを身に付けるには、この人間の特性や性質を理解した上で、根気良く取り組むことが肝心です。そして、これを実践できた人には、必ず結果が伴うと私は信じています。