

## コミュニケーションの達人は「潜在意識」に働きかける



倉田豊治(くらた・とよじ) 前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の連続で、2月の2℃の中寒ま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。

### 人間の脳は空白を嫌う

クロージングでお客との信頼関係(ラポール)を築くときのテクニックのひとつに、「ナンバーバルコミュニケーション」があります。人間の表層には現れない深層を読み取る、非言語コミュニケーションのことです(図1参照)。

皆さんは営業の話し方についてはいろいろと訓練されていますが、お客がしゃべらないけど発しているサインは見逃しがちです。今回から、このナンバーバルコミュニケーションについて見ていきましょう。

お客とコミュニケーションをとる際、表層に現れるのは言葉しかありません。しかし、言葉はお客の考えの一部が最終的に表に出てきたものにすぎず、実際には言葉となって表現されなかった深層で、いろんな思いや考えを巡らせています。

コミュニケーションの達人たちは、このお客の「潜在意識」に直接働きかけるのです。

私も以前は、一方的に話すことで相手とコミュニケーションをとっていました。こちらから一方的に話して相手を納得させる手法です。しかし、これはコミュニケーションでもなんでもありません。コミュニケーションとは、双方向でなければならないからです。

双方向の会話を成立させるためには、お客の表情やしぐさから、お客の思いや考えを上手に引き出してあげる必要があります。

このとき、最初にお客とスムーズに会話を進めるきっかけとして「わざとあいまいな質問

を投げかける」というテクニックがあります。

これは「人間の脳は空白を嫌う」という性質を利用して、人間は質問を投げかけられると、それが気になってしまっただけで答えようとするのです。脳が空白を嫌うからです。

テレビのパラエティー番組でもよく見かけますよね。「この後、とんでもない出来事が!」などとCMに入る手法です。

このとき視聴者の脳に空白が生じるので視聴者は気になります。結果的に、CM中にチャンネルを切り替えずに続きを視聴しようとするのです。

ただし、単に質問を投げかけると言っても、いろんな種類があることは、本連載の第16~21回のクロージングの話で触れました。

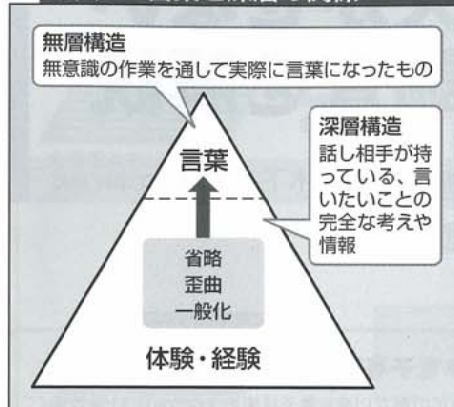
毎月の光熱費はいくらですか、家族は何人ですか、趣味はなんですか、どこにお勤めですか——。これでは「いいかげんにしろ!」と言われる。特に営業の初心者、この「状況質問」を多様する傾向にあるので注意が必要であることも、この連載で触れました。

なお、このナンバーバルコミュニケーションは、お客の深層を知るだけでなく、自分の姿がお客にどのように映っているかという点でも活用できます。

地域店の中にも、作業着で営業する人と、スーツとネクタイで営業する人がいると思います。どちらがいいというのではなく、状況や場に応じて使い分けなくてははいけません。

わくわく系の展示会で演出を統一しているのに、社員全員がスーツでビシッと決めてい

●図1 言葉と深層の関係



たらおかしいですね。

親からは「人を見た目で判断するな」と教わったかもしれませんが、人は見た目で判断しています。このことへの配慮をおろそかにしてはいけません。

### メラビアンの法則

非言語コミュニケーションの重要性を語る上で、「メラビアンの法則」というものがよく使われます。

コミュニケーションの印象を決める要素を割合で示すと、言葉が7%、視覚(見た目、雰囲気、ボディランゲージ)が55%、聴覚(声のトーンやリズム)が38%であるという法則です。

つまり、言葉よりも圧倒的に視覚や聴覚に訴える方が強力というわけです。メラビアンの法則については実験方法に対する疑問の声もありますが、ナンバーバルコミュニケーションが重要であるということに変わりはありません。

「目は口ほどにものを言う」ということわざにもあるとおりです。

例えば、チラシなどの販促物を考えてみてください。モノクロよりもカラー、文字よりも写真、写真よりも動画の方が訴求力があります。動画は単に情報量が多いというだけではなく、人間のナンバーバルな部分に訴える力があるのです。

●図2 キャリブレーションの5ポイント

- 1 姿勢・動きの変化 顔の動きや体の動き、手足の動きなど
- 2 呼吸の変化 浅い呼吸、深い呼吸、一時停止する呼吸を胸の動きを見ながら判断
- 3 表情の変化 皮膚の色、しわ、目の動き、まばたき、こわばっているなど
- 4 声のトーンの変化 緊張したトーン、低く深いトーン、激しい変化のトーンなど
- 5 声のテンポ・間の変化 早い、遅い、間がある、間がないなど

さて、ナンバーバルコミュニケーションの基本は、相手の観察にあります。この観察のことをキャリブレーションと呼びますが、要するに相手がどのような心理状態にあるのかを言葉以外のサインで見分けるのです。

相手の外側に現れている兆候や変化、または自分の話を聞いて相手がどのように反応しているのかを、いかに素早く見分けられるかがポイントです。

ではお客のどのような変化に着目すればいいのでしょうか。キャリブレーションでは、ポイントになる次の5つの変化があるとされています(図2参照)。

- 1 姿勢・動きの変化…顔の動きや体の動き、手足の動きなど
- 2 呼吸の変化…浅い呼吸、深い呼吸、一時停止する呼吸を胸の動きを見ながら判断
- 3 表情の変化…皮膚の色、しわ、目の動き、まばたき、こわばっているなど
- 4 声のトーンの変化…緊張したトーン、低く深いトーン、激しいトーンなど
- 5 声のテンポ・間の変化…早い、遅い、間がある、間がないなど

このように、お客は言葉以外からもいろんなサインを発していることが分かります。次回からは、ナンバーバルコミュニケーションの活用法について見ていきましょう。