



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。

クロージング前の6つの下準備

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で、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。最近は文化放送・ニッポン放送などのマスコミにも出演。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

事前準備をしていますか？

皆さんはクロージングに行く前に入念な事前準備をしているのでしょうか。信じられないことに、事前準備をせずに行き当たりばったりでクロージングに行くという話を聞きます。

太陽光発電やオール電化の販売に限らず、ビジネスで成約率を上げるということは、確率を上げることです。皆さんはプロの商売人なので、その確率を上げる努力を怠ってはいけません。手ぶらでクロージングへ行く人に成功は訪れないでしょう。

今回はクロージングに行く前の6つの下準備についてです。あるいは、クロージング時にお客が抵抗する6つのことと換言してもいいでしょう。

①無関心

まずはお客の無関心です。アポイントではないので、クロージングの時にまったく無関心というお客は少ないと思います。しかし、こういうケースがあります。紹介客の奥さまは関心が高くアポが取れたけど、旦那さんは関心がないというパターンです。

ご主人の無関心をどうやってクリアすればいいのか、事前に準備してください。例えば節約といっても、ご主人は月々の電気代やガス代を知らないで関心が低いことがよくあります。これに対して、お湯の質が違いますとか、太陽光発電をステータスという切り口から提案するのも一つです。事前にいくつかのトークパターンを用意してください。

②不要・不急

「いいものだけど今は要らない」「今どうしても買わなきゃいけないものではない」。太陽光発電やオール電化はまさに不要・不急の商品です。故障していれば別ですが、問題なくお湯が沸いたり、料理ができれば、今すぐに必要だということにはならないのです。

このときに、どうやって「今が買い時」と思ってもらえるか、事前に用意します。良く使われるのがキャンペーンですね。限定何台でこれが付きますというものです。

通販番組でも「限定300台」と言って右上のカウンターがどんどん減っている様子を映します。これなんかも、お客の「不要・不急」をつぶす対処法の典型です。

③不信

お客が「この人どうも怪しい。本当なの？」と抱く不信です。もちろん、お客は声を出しては言ってくれません。

こちらが「サービスはしっかりしますよ」とか「もうこれ以上安くはできませんよ。限界です」と言っても、お客は「本当なの？」とっています。この不信感をどうやってぬぐうのかを事前に考えておくことは、クロージングの成約率を高めるためにとても重要なことです。

この対処法は、具体的な証拠を出すことです。「サービスはしっかりしています」という言葉は、サービスがしっかりしていない業者でも使う言葉なのです。

ですから「10年保証が付いてます」とか「職人がこういう工事をします」とか「震災の時も

●図 クロージングに挑む前の6つの下準備

1 無関心…無関心なお客に対応するトークをいくつか用意していますか？

2 不要・不急…「どうしても今買わなくちゃいけないわけではない」と思っているお客に対応する用意はしていますか？

3 不信…お客は「あなたの言ってることって本当なの？」と不信を抱いています。証拠を示すための準備はしていますか？

4 不満…あなたの提案にお客が満足していないときに、プラスワンの提案を準備していますか？

5 誤解…「お客は誤解をすることがある」と事前に思っておきましょう。誤解が生じないように事前にしっかり「確認」することが大切です

6 優柔不断…決めあぐねているお客に対する「決めの文句」をいくつか用意していますか？

ウチはこういう対応をさせていただきました」ということを証拠として示すのです。

「あなた、本当にやってくれるの？」という不信に対して、それをぬぐうための証拠を準備しておきましょう。

④不満

例えば「もっといい商品があるんじゃないか」という不満です。お客は、あなたが提示したものに満足してないという場合があります。あなたは相手を満足させるための「プラスワン」を事前に考えておく必要があります。

「通常はこういう工事ですが、お客さんの場合はこういう工事に対応させていただきます」など、もう一つの提案を必ず用意しておきます。

⑤誤解

お客と話をしているときに、どうもかみ合っていないと感じることはありませんか。これは、お客が誤解しているケースがほとんどです。

このように「お客は誤解することがあるんだ」ということを事前に頭の中に入れておきながら、かみ合わない場合は「確認」という作業をしていきます。

よくある誤解が「すぐに工事してくれると思った」です。私の場合、契約書を書く際に1つ1つ確認していきます。現物を確認してもらうことはできないですから、カタログを広げて1つ1つ確認していきます。お客の目と耳と感覚に訴えながら確認していくのです。

よくあるのが、タンクを置いたら「えっ、こん

なに大きいの？」というものです。「薄型じゃないの？ これじゃ通れないじゃない」というケースです。多くが契約時にしっかりと確認しなかったことが原因です。

クロージングのときに、冷蔵庫までお客と一緒に行って「このぐらいです」と手振りを交えて伝えたり、底面の実寸の紙を用意して広げて「このぐらいの幅になります」と伝えるだけでも、お客の誤解をつぶすことができます。

⑥優柔不断

優柔不断なお客は少なくありません。「後で」というパターンの多くは本当に後になります。優柔不断なお客の背中を後押しする決め文句、最後の一押しを事前に皆さんの中で考えておく必要があります。

このように、クロージングの際は最低でもお客の6つの抵抗をどのようにしてクリアするかを事前に準備しておきます。

準備しておけば、実際にその場面が訪れても、慌てないで済みます。「来た、来た」と思えばいいのです。クロージングも「段取り8分」です。私は「事前準備8割」と言っていますが、事前準備が8割できていれば、当日の2割なんて大したことありません。

面白いもので、相手も人間なので当日は事前準備どおりに進むことはありません。しかし、事前に練習やロールプレイングも含めた準備をしておくことで、うまく対処できるようになっていくのです。