

売れるセールスマンから つい買ってしまふのはなぜか



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の連続で、2月の-2℃の中寒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。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。

今回は、バリュー・ベースド・セリング (Value based Selling = VBS) というマーケティングのメソッドを紹介します。

これは何かというと、優秀なセールスマンに備わってる売り方のコツです。具体的にどういふものかというところ…

あっ、その前にあなたは買う予定がなかったのに店員と話をしてるうちに欲しくなっちゃって、何かを買ってしまったという経験はないでしょうか。

しかも、買ったことを後悔するのではなく、むしろ買ってよかったと満足したという経験です。私はあります。

お客を心地よくするトーク

数年前ですが、こんなことがありました。知人の結婚式に参加するために靴を新調しようと思って、ちょっと気取ってデパートの靴売り場を訪れたときのことで。

売り場で人懐っこそうな店員をつかまえて「結婚式で履く靴を探しています。何かお勧めのものはありませんか」と話しました。そのときの私の中には、適当なものを見つくりてもらいたいという気持ちしかありませんでした。

しかし、いろいろと店員の話聞いてるうちに、次第にうちとけあってくるのが分かりました。

私がどんな仕事をしているのかとか、ど

んなライフスタイルを送っているのかといったことを聞いてくるのです。私は「一応経営者のはしくれで、時々頼まれては講演やセミナーの仕事をしている」などと話しました。

そうこうしていると今度は、店員のトーク内容が次第に変わっていることに気づきました。それまでは結婚式に似合う靴について話していたのですが、次のように変わっていったのです。

「この靴なら舞台映えするのではないのでしょうか?」

「もう少し派手目くらいの方が、足下がきれいに見えるんですよ」。

「あの先生はいい靴を履いてるなあと思われるのは、こちらの靴じゃないでしょうか」。

つまり、結婚式用の靴というよりは、講演するときに映える靴について話をするようになっていたのです。

かくいう私も、調子よく乗せられてその店員の勧められるがままに、講演のときに履く靴を選ぶことに夢中になっていました。

結局、最終的に私が買った靴はどのような靴だったかということ、講演するときに映える靴でした。

購入する前の当初の目的は、招待された結婚式に履いていくための靴を探すことで

● 図 優秀なセールスマンの秘密

バリュー・ベースド・セリング (Value based Selling = VBS)

- 相手の価値観 (大切にしていることや重要に思っていること) を認識した上で、その価値観に沿う形で商品やサービスを勧める販売手法。
- 聞いている方は、自分の価値観を理解してもらえて、満たされていることを実感するので、勧められた商品を購入しても非常に満足度が高い。

《具体例》

- 最初は招待された結婚式用の靴を新調する目的で靴を買いにいった。
- 店員が自分の職業やライフスタイルに沿った話をしてくれるうちに、講演する自分の姿を思い浮かべながら買い物をしていった。
- 結局、店員が勧めた舞台映えのする靴を購入して、購入したことへの満足度も非常に高かった。

した。でも、それは単に必要だから買おうとしているのであって、ある靴が特別に欲しいというわけではありませんでした。

欲しいわけでもなく、必要だから買うものというのは、おそらくみなさんも同じでしょうが、コストパフォーマンスの高い、言い換えれば安いモノで済ませようとするものです。

私は良くセミナーで「お客さまに購入していただくには、『必要』と『欲求』の二つがそろわないとだめだ」という話をしています。

「必要」と「欲求」の二つを満たす

つまり、本当に欲しいモノを買う場合、コストよりも商品そのものの魅力に目がいくので、多くの場合、高価なものを買うことが多くなります。

しかも、自分が買ったことに対する満足度がとても高いものになります。実際、私は靴を選んでいるときのプロセスをとっても心地よいものを感じていました。

なぜなら、店員は私の価値観 (教えることや認められること) を満足させてくれる話をずっとしてくれていたからです。

私は靴を選びながらも、講演していると

きの自分の姿を思い浮かべていました。その姿は、まさに自分が自分の価値観の中で生きている姿だったのです。そうして店員は、話をしながら私の欲求を高めていたのです。

私の実感としても、靴という「モノ」を購入したというよりも、自分の価値観にとってメリットになる「コト」を購入したという方が近いです。

まさにこうした売り方こそが、バリュー・ベースド・セリングという手法なのです。

お客さまの価値観 (大切にしていることや重要に思っていること) を認識して、その価値観に沿う形で商品やサービスを勧め、その価値観を満たすような話をしながら販売する手法です。

非常にパワフルなメソッドです。そして、これは営業や販売だけでなく、人生のさまざまな分野でも応用できるメソッドなのです。

なぜなら、私たちの人生のほとんどが、誰かとコミュニケーションを取ることで成り立っているのです。その人の価値観を満たしてあげながら話をすることで、とても良好なコミュニケーションが築けるようになるからです。