

オール電化 & 太陽光 ビジネス塾

www.alldenkajuku.com



倉田豊治(くらた・とよじ) ㈱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。

頑なに断るお客は落ちやすい

知っていることを言わない

昨年の12月に「オール電化&太陽光ビジネス塾 4期」の第2回講義を開催しました。初回の講義の後、自店に帰って1カ月活動してみた成果を発表してもらいましたが、有限会社ネギシ(静岡県静岡市)の根岸裕一社長から嬉しい報告がありました。

講義で学んだノウハウの中のひとつを、自分なりになんとなくつかめるようになったというのです。

以前から太陽光発電やオール電化の話をしてきたお客から、電気代についての相談があったので、これはいけるかなと思いながらお客宅を訪問したときのこと。

いつもであれば太陽光やオール電化の話をしてきたところを、今回はこちらからそのキーワードを出さないように意識したというのです。

根岸社長いわく「売り色を出すのをグッとこらえた」そうです。すばらしい姿勢です。

太陽光発電やエコキュート、IHクッキングヒーター、オール電化というキーワードは一切出さずに、お客の電気料金についての質問に答えたり、電気料金の仕組みを説明したり、お客のライフスタイルの相談を聞くうちに、どういことが起きたか。

しばらくすると、お客の方から「太陽光発電やオール電化ってどうなの?」という質問を投げ掛けてきたのです。根岸社長は心の中で「これだ!」と思ったそうです。まさに、気づきを得た瞬間です。

相手が知っていることを、こちらからあえて言わないというのはマーケティングでよく使われるテクニックのひとつです。

後から分かったことですが、お客の方から太陽光発電やオール電化について質問してきた直接的なきっかけは、ある月の電気代が、いつもより突出して高かったため、それが気になって根岸社長に相談してきたそうです。

実際は家族がエアコンをつけっぱなしだったことが原因だったそうです。

なぜ断られたのかを考える

このお客への提案で、もう一つポイントがあります。

以前は根岸社長の提案に対し、お客はかたくなに「うちは、いいです、いいです」と断っていたそうです。

ここで質問です。なぜ、このお客は「かたくなに」断っていたのでしょうか。

根岸社長は「こちら側からいろいろと話をしても、ほとんど話を聞いている素振りすら見せなかったため、売り込まれるのが嫌だから、最初から防御壁のようなものを作っていたのではないか」と答えました。

確かに前述のように、以前の商品中心の提案手法は売り色が強かったため、今回、それを取り除いたことでお客の防御壁が低くなったことは考えられます。

それ以外で、何が考えられるのでしょうかという私の質問に対して、根岸社長は「太陽光発電に必要性を感じていなかったからかもしれな

●図 クロージングのポイント

相手が知っていることを言わない

→ 相手が知っていることを言うと、かえって断りにつながる

なぜお客は頑なに断るのか

→ 太陽光発電は導入コストが高いから?
→ 電気代に関心がないから?
→ 他にもっと優先すべきことがあるから?

自分で選択できる人はどうか

→ 自分で選択できる人が、耳をふさぐほど断るだろうか?
→ 買う時の自分の選択に自信がある人かどうか

話を聞いてしまうと...

→ 欲しくなってしまうのでは?
→ 買いたくなってしまうのでは?
→ 納得してしまうのでは?

い」や、「ほかにもっと大事なもの(優先すべき事柄)があったのかもしれない」と答えました。

それも断る理由として十分に考えられますが、あと一歩です。

では、質問を変えましょう。そのお客はどういう性格や感じの人か。生活スタイルからどういことが判断できるでしょうか。

すぐに断ろうとするお客

例えば、そのお客が何か商品を買う時に自分で判断できる人かどうか。人から何を言われても私には関係ない、これしか買わないという人かどうかです。

仮にそういう人だったら、根岸社長の提案に耳をふさごうとするでしょうか。「聞きたくない、聞きたくない」という態度をなぜ取るのでしょうか。

ここまで私が質問すると、根岸社長は「そうだったのか」と、また別の新たな気づきを得ました。

「こちら話を聞いてしまうと、欲しくなって買ってしまうからですか。」

正解です。実は、このような理由で何を話してもすぐに断ろうとするお客は少なくありません。私も過去、そのようなお客に何度も会いました。

このようなお客の砦を崩すのは難しいですが、その砦をいったん取り除くと、案外、あっさりとしてクロージングまでいくこともあるのです。

人間の中には、心で考えていることと外面の表現がまったく逆のタイプの人があります。これは、自分の弱さを隠そうとするために、壁を作っているからです。もちろん、自分の弱さに気づいていなくても、無意識でそのような逆の反応や行動をとってしまうことがあります。

これに対して、強い人は関係ありません。すべてを自分で判断できるので、壁を作って隠す必要がありません。

以前の根岸社長は「あまりにも聞く耳を持っていただけないので、その後はあまり提案せずにいた」といいます。これはNGです。

「オール電化&太陽光ビジネス塾」に参加したことで、これからは「頑なに断るお客は落ちやすい」ことが分かったので、相手の方から質問が出てくるように提案手法そのものも変わっていくことでしょう。

このように、ビジネス塾では自分の日々の営業で体験したことを通じて学ぶので、そこで得た気づきも、自分のこととして体感できます。だから、その後も忘れません。ビジネス塾が、体験型のワークスタイル形式を取っている大きな理由もそこにあります。