

営業力アップセミナー

Vol.06
2021.8.26

営業の基本は信頼を得る事

全道共育委員会は8月4日、営業力パワーアップセミナーを開催し、全道から14社17名が参加しました。全道社員教育プログラムの一環で、テーマはウィズコロナ時代の営業とは～変わるスタイル、変わらない心構え～。

報告者はリプラス(株) 代表取締役 櫻井 英裕氏(くしろ支部)です。櫻井社長はコロナ禍で激変する保険業界の現状を踏まえながら、①営業の心構え②頼りにされる提言、課題解決③訪問スタイルの変化の3点を中心に問題提起。

営業で一番大切なことは信頼を得ることであり、「お客様はベテランにも新人にも同じ代金を払っており、経験が浅いことを言い訳には出来ない」と厳しく指摘しました。

続いて皆さんは「お客様に会社の理念や会社の考え方を伝えていますか?」と問いかけます。自分の会社の事を伝えることは組織の信頼にも繋がります。参加者は自社の経営理念を思い出しながら聞いていました。

「モノ販売」と「コト販売」の違いは

コミュニケーションの原則では「あなたが何を言ったかが問題では無く、「相手が何をイメージしたかが大



【参加レポートから】

- ・ 建前の欲求では無く、本音の欲求を引き出すために相手のお話を真剣に聞く事の大切さを学んだ
- ・ 数ある同業者の中で当社を選んでいただいているお客様に「安心」「信頼」を届ける。この二つのテーマが一番自分の営業で大切だとセミナーを通じて認識した
- ・ モノがあふれている今、商品を作って売るのではなく、お客様が求めていることは何かを相手の気持ちに立って考え、コト売りの視点を持つことが大切



リプラス(株) 代表取締役 櫻井 英裕 氏
釧路からリモートで講演

切」と相手の立場に立つことを強調しました。

「モノ販売」と「コト販売」の違いでは住宅販売会社の事例から「住宅を販売したい」、「お客様のライフスタイルや希望する家庭生活を応援したい」2つの考え方を挙げて説明しました。

営業社員はお客様の課題や悩みを解決することが求められており、第一歩は「聞く事」をあげ、ヒアリング能力を高めて、本音を引き出すことで具体的な提案が出来るようになりました。その基本になるのは行動の「質」×「量」=結果です。

さらに「月2台の販売目標を持っている方が、一週目で1台の成果があったときに、あと1台と考えるか、2台、3台と目標値を変えるかでは大きな違いが出ると強調。

プッシュ型からプル型に変わるスタイル

訪問スタイルでは、行動量だけを追求する時代から、手紙、メール、SNS、オンライン面談、動画の活用に変化してきていると指摘。売る側の視点でのプッシュ型営業からお客様視点でのプル型営業に移ってきている事を自社の事例から紹介しました。

4つのグループに分かれてのグループ討論では、自己紹介後、自分の一番好きなものを選び、他の参加者へプレゼン。自分の気に入った商品の魅力は相手に伝えやすいと営業の初歩を学びました。参加者は、サポーターの助言を得ながら「モノ」ではなく「コト」を売ることの重要性を学び合いました

