

# 利益を生み出す

## 営業強化プログラム

⑥



### 「奪う営業」は禁物

前回のコラムでは、ニーズが顕在化した顧客だけではなく、潜在的なニーズを持った顧客に対するアプローチの必要性をお伝えした。それでは、潜在的な顧客はどうやって集めたいのだろうか。

見込み先を発掘するためにも最も気をつけなければならないのは、「消費者の嫌がることをしない」ということだ。そんなことは当たり前だと思われるだろうが、実はこの「嫌がること」を営業マンは繰り返しているのだ。消費者が最も嫌がること、それは、「売り込

### 無料で「与える」 通販会社の戦略

だから、潜在的な顧客を発掘しようとするならば、

この「逆」をしなくてはならない。つまり、顧客から「奪う」のではなく、「与える」のである。

与える営業の代表的な例を、あなたは既に知っているはずだ。健康食品や化粧品、テレビCMなどで「無

プルを注文するからには、多少なりともその商品、もしくはその分野に含まれる商品に関心があるのは間違いない。すなわち、手間と時間をかけることを厭わず、商品に興味をもって、ことを伝えてくれる彼らこそ、「見込み客」なのである。

通販会社はそのことをよく知っている。だから、いきなり「素晴らしい商品で

お試しセットはちよつと考  
えにくい。そこで「与える」  
ことの本質に戻ってみる  
と、それは信頼関係の構築  
にある。

であるなら、住宅業界に  
おける無料サンプルは、あ  
なたのもつ住宅や業界に関  
する専門知識や顧客の不安  
材料を払拭する情報ではな  
いだろうか。

住宅は家族の大切な拠  
所であり、金額的にも大き  
な買い物だ。だからこそ、  
みんな絶対に損はしたくな  
い。営業マンが、買物の  
前に「損をした気分」にして  
しまつたなどもつての外だ。  
だから、「与える」ことが  
求められる。

顧客と信頼関係を構築す  
るといふ視点で考えてみる  
と、住宅業界には未紹介の  
情報がまだまだたくさんあ  
り、それをうまく活用する  
ならば、潜在的な顧客だけ  
でなく潜在的な顧客まで発  
掘できるのではないだろう  
か。

(ブレインマークス代表  
取締役・安東邦彦)

### 見込み客を増やすには

## 「与える営業」で関係構築

る。

自分の気持ちの整理がついていない段階での営業ほど迷惑で、気分を害されるものはない。これは、「無駄なものを買わされるかもしれない」という心理が働

き、営業から何か「奪われる」と感じてしまつたら、顧客は買い物をする前から既に、「損をした気分」になつてしまつている。

料のサンプルを差し上げます！ お申し込みはフリーダイヤルで」といったフレーズを耳にしたことがあるだろう。

誰もが知っているこんな広告のなかに、「これからこの時代に求められる営業方法が隠されている」と私は考えている。

たとえば無料であっても、わざわざ手間をかけてサン

### 専門情報を与え 信頼関係を構築

住宅業界に当てはめてみよ  
う。住宅の無料サンプルや