



元氣とタイムリーな情報を提供する

五十嵐レポート

発行:「町コン」五十嵐 勉 平成26年03月10日 第655号「週刊五十嵐レポート」

新規開拓

21年前、設立2年目のOA機器販売会社(従業員2名)に契約社員で勤め、今では従業員80名の規模になり、そこでNO3の常務取締役まで登りつめた女性の話。彼女は仕事と家庭を両立している営業パーソンです。

当初は顧客がなかったから、新規開拓しかなかった。現在でも飛び込み営業はしています(対象は経営者)。大事にしていることが4つあります。

1つ目がメラビアンの法則。人は第一印象で決まる。(人の行動が他人にどのように影響を及ぼすか。話の内容などの言語情報が7%、口調や話の早さなどの聴覚情報が38%、見た目などの視覚情報が55%の割合)

扉を開けたら、元気に明るく可愛いトーンで「こんにちわー。と申します」

2つ目はイエスの徹底。イエスと答える質問を3つする。「今日は寒いですね」。事務所に釣竿があれば、「釣りが好きなんですか?」。業界によっては「景気良くないですねー」。初めて会った人ですが世界中で3つの共通の意見を持っている関係になり、コミュニケーションがとれてきます。

3つ目は、自分に好意、興味を持たない人の話は聞きたくない。営業パーソンが来ると80%~90%の人がいやだな、何か売られると警戒心があります。我々の最初の仕事は顧客の警戒心を解くこと。自社の製品を押し付けない。顧客の仕事の話や製造機械の話を書く。顧客に関心を持つこと。

4つ目は聞くこと、同意すること、提案すること。3つ目の自分に好意、興味を持たない人の話は聞かないということで若手社員でも、「すごいですね」「さすがですね」と聞くことと同意することはできます。最後の「提案」することが難しい。ここに情報収集力と分析力、そして問題解決力が必要になります。人間関係ができて相手の困っているところもわかって解決するための提案をすれば、自ずと契約締結の確率は高くなるということです。

なるほど。実績者の言葉は説得力があります。

ちょっと
気になる出来事

3月9日(日)の「町コン経営塾」は「戦略 名人」の第4回「強者の戦略」でした。

我々は弱者(小さな会社)ですが、「強者の戦略」を知ることによって「強者の戦略」を使わないことを勉強します。

参加者の経営者の1人が、採用について話がありました。採用は主にネットを活用。大手と比較されてしまう。

大手と同じ事をしているにもかかわらず採用にこぎつけないと。

ちょっとずらしたり、接近戦を使ったりしながら

新卒を3名採用にこぎつけました。

あと1名足りないということで今でも4月入社を募集しています。

不景気のときの方が採用しやすく、景気が良くなると採用しづらいということです。



一口メモ
知識

計画へのアプローチ

経営者は、計画を策定するにあたって、3つのアプローチのなかから採ることができる。1つ目のアプローチは、トップダウン型アプローチである。これは、経営者がすべての階層レベルの目標や計画を策定するものである。このアプローチは、従業員には責任を求めず、指示された通りに動いてもらうことを前提にしたものである。

反対のアプローチとしては、ボトムアップ型アプローチがある。種類の組織単位がそれぞれの目標や計画を策定し、それらに対する承認をより上位のマネジメントから得ようとするものである。従業員は進んで責任を取り、計画策定に参画することによってより創造的になり、より熱心に業務に取り組むであろうという前提に立っている。

ほとんどの企業ではゴール・ダウン・プラン・アップ型という第3のアプローチを採っている。経営者が会社の事業機会とニーズを見てその年の全社目標を定め、下位の組織単位はその目標達成のための計画を策定する。

フィリップ・コトラー、ゲイリー・アームストロング「新版 マーケティング原理」より

- 「新・経営の志手帳」発売中! (1,000円+税)
- 町コンランチエスター経営戦略塾 毎週日曜日 午前10時~12時。
- 町コン・ランチエスター経営戦略セミナー 毎月東京開催

㈱五十嵐コンサルティングオフィス 〒133-0051東京都江戸川区北小岩6-21-5

03-3659-7703 Fax 03-3659-7077 i-daruma@igarashireport.com

