

90%成約を確定させる名刺の作り方



OfficeTV

代表取締役

藤原 智浩

fujiwara@officetv.jp

株式会社 **OfficeTV**

オフィス・ティーヴィー

〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町29-16

Selfista Shibuya 7F TEL 03-6712-7817

オフィス・ティーヴィー

OfficeTV

拠点間 常時テレビ接続

+

デジタルサイネージ

<https://officetv.jp>

「業種・社名・名前・住所・電話番号・メール・URL」

ただ、あなたはこのような名刺を見て、あまり疑問を感じることはないかもしれませんが、初対面で、この名刺をもらった人はどう感じるのでしょうか？

おそらく何の関心も持たれないはずですが、ただ多くの人は、この段階で返答がないと不安を感じ、聞かれもしないことをペラペラ話し始めてしまいます。

例えばこうです。

「オフィスティーヴィーというシステムを作っていて、色々な会社の方と・・・」
きっとあなたもこのような覚えがあると思います。

ただ、ここでのポイントは、自ら話してしまうと、自分は営業しているつもりなくても相手からしたら「営業された」と感じさせてしまうということです。

ましてや最後に「何かお困り事があればいつでもご連絡下さい」と決め台詞を言ったところで、その後、何かあることなどありません。

もちろん、相手も社会人なので、「何かありましたら連絡させていただきます」と社交辞令を言ってくれるかもしれませんが、それはただの断り文句です。

では、何がいけなかったのか？

それは、「名刺の内容」に答えがあります。

多くの人は、

「名刺＝挨拶」だったり「名刺＝受注に繋がればラッキー」

と思っているようですが、そもそも相手からしたら、数ある中の1枚でしかありません。

そして、これは少し考えれば分かると思うのですが

名刺交換を行った後、いきなり会社や商品のことを言われたところで

「あなたのような人を探していました」となることなど99.9%ないのです。

では、どうしたらいいのか？

それは、名刺に課する「役割」を変えることです。

そもそも名刺だけで仕事を受注することなど、ほぼ不可能なのです。
そして、名刺を渡したところで机の奥底にしまわれて終わりです。

であれば、名刺に課する役目を極限まで下げることがポイントとなります。

詳しく説明していきます。

人は最初の7秒で、その後の7年が固定化されると言われています。

ということは、始めのアプローチで営業マンと認識されたら、その後いくら頑張ったところで立場を逆転することなどできないということです。

ただ多くの人は、このファーストアプローチを甘く見えています。

あとから、ゆっくり時間をかけて信頼を構築していけばいいと考えているのです。しかし、その考え自体が、そもそも「失敗の原因」です。

誰も興味のない人と、あとからゆっくり会おうなどと考えることなどないのです。

これは自分に置き換えれば、すぐに分かる事です。

あなたは、興味のない人に会うほど暇ではないと思います。これは相手も同じです。

では、なぜ関心を持ってもらえないのか？

それは、いきなり自分の思いを伝えてしまうからです。これでは、いくらいい商品を扱っていたとしても自らその可能性に蓋をすることになります。

ただ、あなたは疑問に思うはずです。

「自分の考えや思いを伝えてはいけないのか」と。もちろん、OKです。

ただ、これには順番があります。

興味も持っていない人にいくら熱い思いを伝えたところで

「ウザイ」と思われ、迷惑になるだけです。

まずここで大切なのは熱い思いではなく、

相手の興味を引き出すことだけに集中する必要があります。

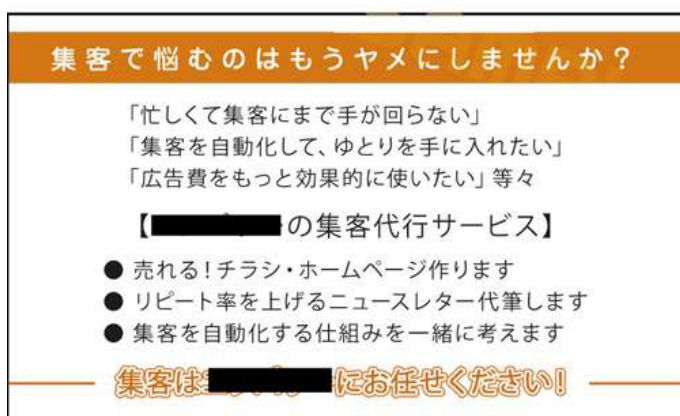
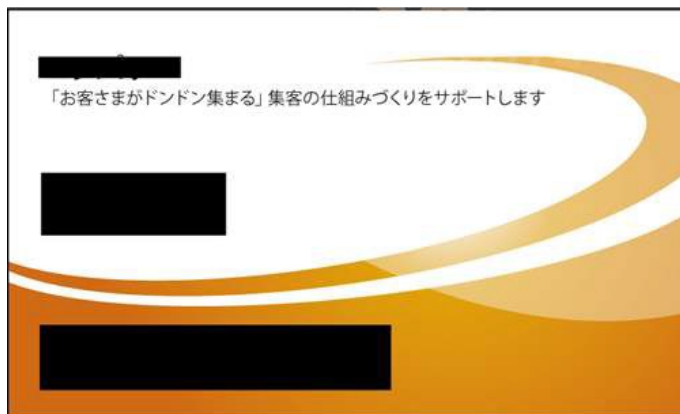
では、どうしたら相手の興味を引き出すことが出来るのか？

それは、相手が思わず「すごい」と言ってしまうような内容を名刺に入れておくことです。

これが、「名刺に課する役割を極限にまで下げる」と言うことなのです。

ただ、この「すごい」だけを聞き、勘違いしてしまう人がいます。まずは、ダメな典型例をご覧ください。

<勘違いしているダメな例>



どこがダメなのか分かりましたか？ では、答えを言います。

それは、名刺に「サービス内容」を入れてしまっていることです。

これが、一番やってしまいがちな間違いなのですが、

サービス内容を入れた瞬間、営業マンが確定されてしまうのです。

その為、間違っても「サービス内容」だけは入れないで下さい。

あと、この勘違いの部分で補足しておきたいことが、もう1つ。

それは、見込み客が分からない言葉や単語は使わないことです。

では、どうしたら「すごい」という一言を引き出すことが出来るのか？

それは、『実績』です。

この実績が、あなたを営業マンではなく専門家だと認識付けてくれます。

例えば、あなたが何かを発言するにしても、

最初の段階で営業マンと認識されたらすべての発言が営業に聞こえてしまいますが、

一度、専門家と認識されてしまえば、あなたが発言する内容すべてが専門家からの

「アドバイス」に聞こえるようになるのです。

その内容が「たとえ売込みだったとしても」です。

ただ、あなたは「すごい実績など持っていない」と心配になると思います。

でも、安心して下さい。

実績というのは、見せ方次第で「すごく」見せる事が出来るのです。

ただ、始めに言うておきますが、絶対に「嘘」はいけません。

嘘はモラルに反しますし、何と言っても信頼を失いますので、嘘だけはつかないことです。

ポイントは嘘を付かずに、今持っている情報を「最大限に見せる」ことが成否を分けます。

また、実績を勘違いしている人もいるのですが、
今の仕事だけが実績ではないということです。

もちろん、今の仕事と関連がないものは役に立ちませんが
関連のあるものであれば、このようにドンドン使うことです。
そして、名刺とは、自己紹介をするものです。

もし、そこに社名がそこに記載されていたとしても、
名刺自体は個人を紹介するものだという事です。

ということは、

実績も会社の実績ではなく自分のこれまでの経験や実績を名刺に記載するだけで、
優位な立場を獲ることも可能だと言うことです。

少しイメージするために企業実績と個人実績を比べてみます。

- 地域に根付いた創業50年の老舗
- 3年連続、全支店1位(1000人中)の営業実績いかがでしょうか？

前者の企業実績を見ても「へー」としか思いませんが、

後者の個人実績の場合、「すごい」と感じたのではないのでしょうか。

このように、名刺というのは会社ではなく個人のファーストアプローチの
ツールとして使うだけでも、あなた自身に興味を持ってもらうことが出来るのです。

では、どうしたら嘘を付かずに実績を最大限に見せることが出来るのか？

それは、どこにスポットを当てるかがポイントとなってきます。

具体例を出します。

1人のクライアントが2人になったところで、大した事ありません。しかし、言い方を変えると、「2倍」とも「200%」とも言えるのです。

<参考>

- × 今月は先月に比べ3人のお客様が増えました
- 前月対比で3倍の集客アップを実現!

更に、このパーセンテージでの表現は、人数がまだ少ない時にも有効です。例えば、10人の顧客のうち、8人が成果を出したと言ったところで真実味に欠けますが、

「顧客の80%が成果を実感している方法」と表現を変えるだけで、印象はかなり変わってきます。

次に、「期間を絞る」というのも有効的な方法です。例えば、3年かけてお客様の数が2倍になったとします。

ただ、ここでこの数字をそのまま使うのではなく期間を短く表現できないかと考えていくのです。

具体的に言うと、

3年目によく売れるチラシができて1回行ったチラシでお客様の数が2倍になった事実があったとします。

その場合、3年で2倍という表現ではなく、

「たった1回のチラシでお客様の数が2倍になった」とも言うことが出来るのです。

このように、1回の施策で表現できないか

もしくは、年ではなく月または週で表現できないかと考えてみることです。

<参考>

× 3年かけてお客様が2倍になりました

○ たった1回のチラシで通常の2倍のお客が殺到

その他、「基準となる数字を出す」ことも有効です。例えば、

1人のお客様が3人に増えたとします。

この時「100万枚のチラシを配ったら3人増えた」というと大した事ありませんが、

「たった10枚のチラシで3人の新規が増えた」となると話は変わってきます。

このように、3人という部分だけでは効果が低いようであれば、

この3が光るような基準値を設けることで意味合いが格段に変わるということです。

また、実績を書く時の定番は

「Before→メソッド→After」です。

例：借金4,000万から新規客を獲得する方程式を使うだけで累計売上10億円超え

ポイントは Before は悲惨に、メソッドは簡単そうに、After は輝かしく見えるように記載

名刺は名前よりも実績が大事です。

その際、忘れてはいけないのは、自分がすごいと思う表現ではなく、受取る相手がすごいと感じる実績を最大化して演出することです。

これまでのことを考慮して、権威を勝ち取るにはどのような名刺を作って行けばいいのか？

これは、実物を見た方が分かりやすいと思いますので、
起業当初に使っていた名刺を見てください。

社長アポ400件を6年継続し(累計売上10億円超え) ゼロから1,000社開拓した新規客を獲得する方程式

裏面へ



代表取締役

藤原 智浩

Fujiwara

Tomohiro

✓ 顧客獲得アドバイザー

株式会社 **OfficeTV** (オフィスティーヴィー) URL: <https://zero1000.jp>
〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町29-16 SelfistaShibuya7F TEL:03-6277-5319

新規客を獲得する 仕組み構築セミナー “無料”プレゼント

実践例

コンサル業 : 5ヶ月で売上1,000万突破!!
士業 : 2ヶ月で社長集客20倍に!!
東証1部上場企業: 1ヶ月で見込み客50社超え!!



<https://zero1000.jp/>

↑QRかURLに今すぐアクセス↑

ゼロセン

金なし・コネなし・実績なしでも
1,000社
新規客を獲得する方程式とは？

YouTube

セミナー開催中



いかがでしょうか？

冒頭の名刺と印象がまったく変わったと思います。そして、今回お話している実績にも注目して下さい。

おそらく名刺交換をした際、思わず「すごいですね」と言いたくなったと思います。

ポイントは、タイトルと実績です。

更に、裏を見れば、セミナー動画までプレゼントされると書いてあるのです。

少しテクニク的なお話をすると、プレゼントを用意して、
名刺交換時にプレゼントを送る許可を口頭でとってしまうと良いです。

「もしよかったら、無料プレゼントなのでアドレス宛にお送りしましょうか？」

これを言うだけで、あなたの情報を発信できメルマガに登録することができます。

許可は口頭、送付はあなたからです。

正直、これだけの内容であれば、名前や住所など、もはや関係ありません。このように名刺の表現次第で相手は興味を持ち、この人と付き合いたいと思ってくれるようになるのです。

そして、名刺交換における最大のポイントは、

「この人が人生を変えてくれるかも」という期待感です。

この期待感を印象付けることさえできれば名刺によって

あなたは専門家と言う位置付けを勝ち得ることが出来るのです。

当然、この後7年間は専門家として相手も見てくるので、
あなたの発言は、すべて営業ではなく「アドバイス」に変わります。

たとえば、その内容が「売り込み」だとしてもです。
では、まとめます。

1. 人は最初の7秒で、その後の7年が固定化される
2. 名刺には、嘘を付かない最大限の実績を記載する
3. 3秒以内に相手から「すごい」と言わせる
4. 「この人が人生を変えてくれるかも」という期待感が大切
5. 名刺交換で、専門家の位置付けを獲得する
6. 専門家と認識されれば、たとえ売り込みであってもアドバイスになる
7. 名刺は、商品の印象までも影響を与える
8. 無料プレゼントを用意する場合、名刺交換時に送付の許可を取っておく

以上のことを、踏まえて名刺を作ってみてください。

ビジネスは、この名刺がすべての入口となります。

入口でコケる人は、その後どんなに頑張っても報われることはありません。
すべては、最初の7秒で、あなたの価値は判断されます。