

株式会社Office TV 代表取締役 藤原智浩

「ご予算は？」と聞く、バカ営業をしていませんか？

今回から連載を開始させて頂く顧客獲得コンサルタントの藤原と申します。私自身が営業マンとして、これまで培ってきたノウハウをご紹介致します。営業とは、そもそもどういう仕事なのか？ まずは原点から開始して、今後は下記のような内容を取り上げていこうと思っております。

**どんなに金持ちでも
キャバクラに行かない人は行かない**

営業とはお客様に商品・サービスを提供し、その対価を頂くことです。それにはまず、相手の価値観を把握する必要があります。つまり、営業をする前に、その人が何に「お金を払っている」のかを知ることが大切なのです。

営業を自分で行なったことのある人は、この言葉の意味が理解できると思います。というのも、営業で一番難しいのは『文化のない人に文化を与える』ことだからです。



例えばキャバクラに10年間、1回も自分のお金で行ったことがない人に、キャバクラに行かせてお金を払ってもらおうのは非常に困難です。それが女性好きの人であっても、お金を払うとなったら別問題なのです。

**何にお金を使っているか
知ることが営業のスタート**

では、その分野に対して文化のない人は、そこには一生お金を払わないのかといえば、そうとも限りません。必ず誰にでも文化が生まれる瞬間というものがあります。

例えば、師匠など、自分が信頼している人から勧められた場合です。しかし、それを初対面の営業が意図的に行なうのは非常に難しいことです。つまり、文化のない人に文化をもたせようとして、1人1人口説くのは非常に困難が待っているということなのです。

多くの売れない営業マンは、新規営業をする際に相手の価値観を把握せず、文化のない人に営業をかけて

高単価の成約を連発し
年収1000万円を叶える営業術

苦労しています。

しかし、文化がある人は無理に説得しなくても商品を買ひ、サービスを受けるのです。つまり、営業相手は文化がある人を狙う方が100倍楽だということです。

あなたが成約をバンバン連発する営業になりたいというのであれば、目の前にいる相手が、何にお金を使っているのかを知ることが、まずは大切なことです。この部分さえ知ることができれば、勝つのも同然です。

多くの営業は、商談を始める前に相手の価値観(お金を払っているもの)を知ることなく、あなたの商品を営業してしまつたため失敗するのです。

**相手が正式に支払える
予算を探り当てる質問**

次に大切なのが、相手の懐具合を知ることです。なぜなら、その人があなたの提案する商品・サービスにいくら興味があつても、支払えるお金がなければ商談にすらなりません。

ここでは、せっかくなので時間と労力が水の泡です。それを避けるためにも、『文化+懐具合』を知ることが大切になってくるわけです。

人によっては「それは相手の予算のことですか？」と言うかも知れませんが、そうではありません。あなたは初めて会つた営業に「ご予算は？」と聞かれて、正式な金額を答えるでしょうか？

おそらく、答えても実際に支払える金額の7割程度の値段でしょう。これでは聞くだけ無駄というものです。しかも無駄なばかりか、あなたの

販売単価を下げてしまつてマイナス行為です。

なぜなら、下手に予算を聞いてしまったばかりに、その適当な数字が商談のベースとなつてしまつてからです。素直な営業ほどその予算を信じてるので、結果的に、あなたの販売単価が下がります。

最も大切なのは、その人の『懐具合』です。それ以外の金額は無意味であり、混乱を招くだけです。

「そんな本音を知ることが無理だろ」と思われますか？
実はそれを丸裸にする質問があるのです。

**相手の懐を「丸裸」にする
魔法の質問**

まず、始めにすべきは、相手の中にその分野にお金を払う文化があるかどうかの確認です。それは名刺交換を行なう前に、あなたが提供する商品・サービスをその人が過去に購入した経験があるかどうかを「サラリ」と聞いてしまうことです。

「〇〇って買われたことありますか？」
先ず2つのパターンが出てきます。

- ①あなたの商品・サービスをかう文化がない人
- ②あなたの商品・サービスをかう文化がある人

①と②の人は、それぞれ対応を変えていきます。そして②と答えた人には次なる質問をします。

「ちなみに、おいくらですか？」
この質問は、別に予算を聞いたわけではなく、相手が「実際に支払う価格帯」を聞き出したことになりま

藤原智浩代表
▼プロフィール
顧客獲得コンサルタント
兵庫県出身。心理を活用したセールスを得意とし、金なし、コネなし、実績なしの状態から営業管理システムを販売。6年で1000社以上のクライアントを獲得。
(クライアント一例)
・丸山自動車 ・兵庫ダイハツ販売
・山陽ヤナセ ・ホンダカーズ埼玉南
・小林モーターグループ
・アップルオートネットワーク ・ホンダ販売北見
・ミニークホールディングス ・ホンダクリオ上尾
・ネットヨタツナ神戸 ・クラウド ・ユーネット等
今回、読者様へプレゼントを用意致しました。右のQRコードにアクセスして下さい。また、営業研修の問合せは下記まで。
03-6277-5319



TOZAI marine transportation
大切なお車運びます!! <http://www.touzaikaiun.jp>
東西海運株式会社 本社 / 〒135-0016 東京都江東区東陽4-11-38 USCビル7F
TEL: 03-6458-4633 (代) FAX: 03-6458-7592
札幌支店 札幌市清田区平岡3-30-7 MESSEビル2F (代) TEL: 011-887-1031
仙台支店 仙台市宮城野区扇町1-8-5 東邦運輸倉庫2F (代) TEL: 022-231-1031
北関東営業所 群馬県伊勢崎市三和町1495-1 (代) TEL: 0270-27-5005
名古屋支店 名古屋市中村区太閤1-20-13 秀幸ビル301号 (代) TEL: 052-451-1031
大阪支店 大阪市住之江区新北島1-2-1 オスカードリーム4F (代) TEL: 06-6685-1031
福岡支店 福岡市東区香椎照葉3-2-1 シーマークビル2F-B (代) TEL: 092-674-1031
宮崎営業所 宮崎市広島2-5-16 興亜宮崎ビル2F (代) TEL: 0985-35-2948
沖縄支店 那覇市銘苅3-22-33 R8ビル302号 (代) TEL: 098-869-1031

今後の連載予定

- 第2回 「商品の機能特徴」から会話を始める、バカ営業をしていませんか？
- 第3回 営業とは「話すこと」だと思っている、バカ営業をしていませんか？
- 第4回 「車を売っている」と思っている、バカ営業をしていませんか？
- 第5回 「勉強します」と言つて安易に値下げをする、バカ営業をしていませんか？
- 第6回 「売って満足」する、バカ営業をしていませんか？

てくると思いませんか？
次回はそれをよりイメージして頂くために、高単価な成約を連発するまでの道のりをお話していきます。