

第34回

紹介営業のプロが伝える

【理想の営業術】とは ～「態度」編～

- 「脱・下請け」のためにエンドユーザーから直接の依頼を増やしたい！
- でも1軒1軒に飛び込み営業をしている時間はなかなか…
- 契約に繋がるのは一体何%なのか…

エクステリア工事の販路を増やすにあたって、とても重要なのは「お客様からの紹介」です。

信頼できるお客様から「知り合いでエクステリア工事を検討している人がいるんだけど…」とご紹介していただくのは、お互いに信頼関係があるからこそ成立する「紹介営業」。

ある程度の信頼もできて成約率も高い紹介へ繋げるには、何かコツがあるのでしょうか？

前号から始まったこのシリーズは、保険業界でも独自の理念を持つプルデンシャル生命保険の北村直之さんのインタビューを掲載しております。

保険と言えば個人宅や企業への飛び込み営業ですが、プルデンシャル生命ではその一切を行わず、紹介営業のみで販路を拡げます。営業も新卒採用は行わず、ヘッドハンティングのみ。

今回はその人事採用・人材管理を担当されている北村さんが思う「理想の営業」の姿を語ってもらいました。

話し手

プルデンシャル生命保険株式会社

名古屋第三支社 第一営業所

営業所長 北村直之氏

聞き手 (株)クラッソーネ「エクステリアの匠」
事業部長 加納 拓



(株)クラッソーネ
「エクステリアの匠」事業部長
加納拓

著者プロフィール

一級エクステリアプランナー。大手ハウスメーカーのトップセールス営業として8年間勤務し、二級建築士の資格を取得。2013年5月に(株)クラッソーネに入社し、同社が運営する優良エクステリア業者紹介サービス「エクステリアの匠」の事業部長に就任。現在はエクステリアWEBマーケティングのプロフェッショナルとして700社以上の提携業者サポートと、年間2000件のエンドユーザー対応を行っている。データや数字から導き出される的確な判断は、業界関係者から厚い信頼を寄せられている。

「知識」「態度」「技術」「習慣」

このインタビューシリーズでは、北村さんが伝授するこれら4つの単語別に分けて「理想的な営業」の具体的なお話を掲載しております。

今回のテーマ「態度」

4つの中で実は最も重要なポイントである「態度」

「前回のお話では、自社と契約をしていただき、更に紹介営業へつなげるには営業への「信頼」がなによりも重要というお話を伺ってきました。そのためにはまず広く正しい知識と順を追ったアプローチを、ということでしたが、信頼に繋げるために必要なことは他にありますか？

北村 お客様が担当者として最もストレスを感じるポイントは「感じが悪かった」「不親切だった」という点になるかと思いますが、それが「態度」ということですね。

まず、第一印象はとても重要です。お客様はいろいろな視点で初対面の際に担当者を見ていきますので、身だしなみに関しては基本中の基本です。当たり前のことのように感じられるかもしれませんが、意外と徹底できていない営業もいます。

「身だしなみというと、清潔感とといったことでしょうか？」

北村 そうですね。高級品を身に付けるということではなく、不快感を与えないようにできる範囲で配慮するということです。そこで悪い印象を

与えてしまうと、そのあとどんな話をしてもお客様の耳には届きにくくなってしまいますので、とても重要なことです。特に女性は、爪の長さや襟・袖の汚れ、肩に乗っているフケなども細かく見えています。

現場作業にも関わることのある外構業者だからこそその配慮を

「保険業界の営業と違って、特に個人経営や小規模経営のエクステリア販工店ですと、お客様と打ち合わせもしながら現場で作業を行う担当者も多く、スーツではなく作業着スタイルの方も多いのですが、どうでしょうか？」

北村 不潔感を感じさせないことが重要になりますので、お打合せの時は、現場の塗装材や泥などの汚れのない綺麗な作業着に着替える方が良いでしょう。

また、夏場は外での作業もあり汗の匂いが強くなってしまう男性も多いので、お客様とお会いになる前に制汗スプレー等でケアするといった思います。

「同じ作業着でも、だらしなく着ていれば「本当に営業さん？ちゃんとした提案のできる人なのか？」と思われるかもしれませんが、清潔にパリッと着ていればむしろ「現場の知識も経験も豊富そう」という印象に



北村直之氏

なりますね。

内面からの「態度」の重要性

北村　そしてポイントは靴です。「できる営業マンは足元から」なんて言いますが、打ち合わせをしに行く際に、汚れた靴でお客様のご自宅や敷地に伺うことは失礼にあたります。

できれば車の中などにお宅訪問用の綺麗な靴を置いておいて、現場用と打ち合わせ用と使い分けるのがベストだと思います。他にも、お客様に

お使いいただく時に差し出すボールペンなども事務用の安いものではなく、書き心地のいいものと気が利きますよね。

―「私は営業マンではないから」「お客をせっつく必要はない」と言われる方もいますが、お客様の対面する時点で相手に不快感を与えないことは、基本となりますね。以前お会いしたエクステリア販工店の方が「お客様と初めて会うときは、お見合に行くような気持ち」と言われていて、その感覚が大事だなと思返しました。

―ただただ仕事をこなすのではなく、志をもった「態度」で仕事を進めれば、お客様のみならず周囲からの「信頼」が大きく異なりますね。

北村「態度」というのは、お客様との対面時だけのことだけではありません。

何を目的として働いているのか、なぜこの業界で働いているのか、それらを常に意識しながらモチベーションを維持することも非常に大切だと思います。

そのようなモチベーションが、日頃からの身だしなみや言葉遣い、更には仕事全般の取り組み方に現れますね。

―「知識」「態度」「技術」「習慣」のうち、「態度」は意識ひとつで今日からでもすぐに変えることができ、唯一の項目であり、社会人としても営業としてもいちばんの基礎となる重要な部分ということですね。

(次号へ続く)

View Points

----- 今回の対談から見えてきたこと

1. 身だしなみは頭からつま先まで「清潔感」を
2. 車の中に「打ち合わせ用」の汚れていない服と靴を
3. 「志の高い態度」が「信頼」に繋がっていく

次回は「技術」に関して具体的なお話をさせていただきます。