

優和のミニかわら版

(この資料は全部お読みいただいても60秒です)

営業

最近、景気が悪いため、業績が伸びないという経営者が増えています。そのような経営者は、大抵、売上が伸びないのは、立地が悪いので集客出来ないとか、商品の良さを顧客が理解してくれないとか、いろいろと理由を挙げて嘆きます。でも、嘆いていても、誰かが売上を伸ばしてくれる訳ではありません。座しては何も動きません。

そんな経営者の皆さんに一つお勧めしたいことがあります。営業とは何かを今一つ、見つめ直して欲しいのです。どんな事業でも、必ず営業というものがあります。自社の商品の良さを相手に対して伝えること、即ち対顧客コミュニケーションです。

では、コミュニケーションの本質とはなんのでしょうか？これは、相手の心理を追究することです。相手の期待値、何らかの不満、不安、不信、不便、不経済をあなたが解消してくれるかもしれない、または、さらにワクワク感をあなたが創出してくれるかもしれない、という期待を把握し、その期待を満足させることによって、相手からあなたが評価されることこそが、コミュニケーションの本質なのです。そのためには、あなたの商品の特徴がなんであるのかを把握し、そのような商品の特徴を求める相手から価値があると思ってもらうことが何よりも大切です。

いくらグアテマラ産の良質の豆をひいて作ったコーヒーを売っていても、身体が冷えて温かい飲み物が飲みたいと思っている人に対して、グアテマラ産の良さは心に何も訴えかけません。そのような人には、少し量が多めで、冷めにくい容器に入った温かいコーヒーこそが、価値あるものなのです。

まず、自分の商品の特徴とは何かをもう一度考え直し、その特徴を把握した上で、そのような特徴に価値を見出してくれる人が何処にいるか、それが解れば業績も伸びていくはずですね。反対に自分の特徴に価値を見出してくれる人があまりいない場合には、勇気を出して自分の特徴を変えてみることです。