

# 戦略経営者

2

2019  
February  
No.388

特集

## 2019年度 税制改正 徹底解説



第2特集

### キャッシュレス社会の胎動





# 接客戦略 が 会社を変える

● 藤村純子

vol.11

## 「先読みトーク」を身につけ誰もが営業マンに

他社との差別化——商売をする

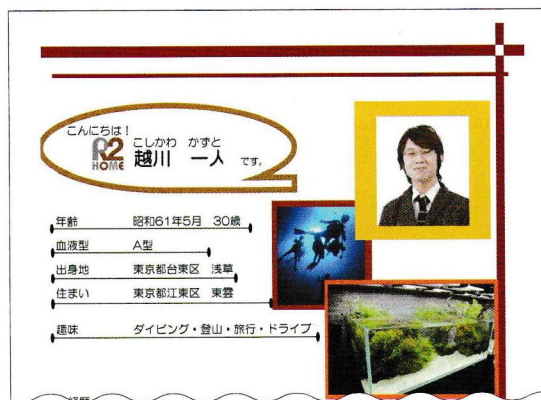
うえでの永遠の課題です。もともと、差別化に取り組んでいるにもかかわらず、顧客にうまく伝えられていない場合も多くあるようです。会社の強みが伝わらなければ、価格勝負に陥るのは明らか。価格競争はさらなる値引きを呼び、疲弊するだけです。ではなぜ強みが伝わらないのでしょうか。

考えられる理由は大きく二つあります。すなわち、そもそもスタッフが強みを理解していないか、強みを正しく伝えるべきを知らないかのいずれかです。特に中小企業では営業スタッフは少数数かつ出ずっぱりで、来店客に十分対応できないケースがよくあります。そんな問題を解決するため、営業スタッフ以外の社員が65点のトークを身につけて強みをしっかり伝え、アドバンテージを築くための「先読みトーク」の手法を勧めています。先読みトークをマスターすると、営業活動の効率化につながります。

この先読みトークを実践しているのが、R2ホーム・江東店。中央（オーツ）株式会社のリフォーム部門として20年以上、着実に実績を重ねてきました。しかし、営業トークにスタッフ間でバラつきがあり契約が伸びない、他社の研修を受けたものの定着しない、強みをうまく伝えられず価格競争になる等の課題があり、解決に取り組みました。

### ビッグ名刺でつかむ

先読みトークでは、営業活動を①チャンス②アプローチ③ヒアリング④プレゼン⑤クロージングという五つのステップに分け、各ステップに適したトーク、プレゼンファイルを構築していきます。このうち、最も重要なのは④プレゼンです。まずは自社の三つの強みを明確にする作業からスタート。顧客に響く強みをスタッフ全員で探し、端的なワンセンテンストークに落とし込みます。トーク内容が固まったら、プレゼンする前に



名刺の内容が会話のネタに

ような100点満点のトークを目指す必要はありません。プレゼンから逆算して組み立てるのもポイントです。

同社では施工事例をプレゼンファイルに流用。毎週行うショッPMミーティングで、根付かせ活動を本格的にスタートしました。15分、30分間、ロールプレイングテスト等を繰り返し、実践に備えました。コツコツと着実に先読みトークに取り組んだ結果、「安いから決めました」から「良い提案をしてくれて、仕事ぶりも丁寧だったのでお願いします」という成約理由に変わり、断られた場合でも「今回は計画を見送るけれども提案内容が良かったので、リフォームする際は連絡します」といった前向きな言葉をかけられるようになりました。

取り組み後に迎えた決算では、契約件数は前年同様にもかかわらず、利益率が5%アップ。値引きをせずにクロージングできていることが証明されました。

ふじむら・じゅんこ

一般社団法人日本接客リーダー育成協会代表理事。ビジネスマナー研究所株式会社代表取締役。チャイナエアライン、ANAの国際線CAを経て、医療接遇の講師、ANAグループ会社の講師となる。現在はリピーターづくりの専門家・接客戦略コンサルタントとして2法人を経営。主宰する研修会は94.4%のリピート率。研修講師は年間160回以上。4冊目となる書籍を今春出版する予定。

