

- 1:
2:
3: 営業力を低コストで効率よく、
4: 身も心も疲れない快適な営業法を身に付けるためのメールマガジンvol.7
5:
6:
7:
8:
9: こんにちは!
10: お久しぶりです
11: 間が空いてしまいました・・・失礼しました
12:
13: 言葉の使い方で売り上げは変わります
14:
15: たくさんの方角性がありますが、よく或る風景から言葉の持つ力を
16: 探っていきましょう。
17:
18:
19: 【抽象的では・・・食べられない】
20:
21:
22: 今年も折り返し地点を越えましたね
23: 暑かったり寒かったりが激しいですが皆さんはいかがお過ごしでしょうか？
24:
25: さて多くの会社では6月末あたりで半期の精算、あるいは4月の年度初め
26: からの四半期の成果などの検討をされたのではないのでしょうか？
27:
28: そして7月からまた頑張るぞ～なんてことになるんでしょうが、この天気
29: やったら暑かったり涼しかったり、雨だったり、それも大雨だったり・・・
30: 氣勢を削がれること暫しですね
31:
32: しかし、私も経験ありますが、年がら年中ガンバリマスの連呼。

33:

34: 今月の予算はいくらだ?(ノルマを予算と言い換えてる(^^ゞ)

35: 今月何本売るんだ?

36: 調子はどうだ?

37: ガンバレよ!

38: やる気あんのか?

39: わかってんのか?

40:

41: これのオンパレード・・・

42: これでは売れないんです

43:

44: 上司が考えていないとか、言葉が単調だとかそんなことを言いたいのでは

45: ありません。

46:

47: これらの言葉の特徴は「抽象的」なんです。

48: で、これらの問いに皆の答えは、

49:

50: 頑張ってるんですけど・・・

51: やる気はあるんですけど・・・

52: 一所懸命やっています

53:

54: で、トドノツマリに「俺にはこの仕事あわないのかな～」

55: ってなります

56:

57: ここで出てくる言葉も、全て「抽象的」語句の組み合わせです。

58:

59: 抽象的な問いに抽象的な答えでは、本質にズバリ突っ込むことはありません

60: ん。

61:

62: これは上司と部下ばかりではなく、会社の目標にも言えます。

63: 会社だって、こうってはなんです、言葉の使い方がいい加減です。

64:

65: 今期の目標!前年比120%達成!

66: などと景気よく書いて大声で唱和する、なんてことは良くあります。

67:

68: 具体的数字が出ているではないか、との声も出そうですが、これでは甘い
69: です。

70:

71: 出来ない場合のペナルティを科したって甘いです。

72:

73: つまり、目標ばかり立てたりハッパかけたり脅したり、飴ちらつかせても、
74: 現状の営業の方法、考え方では限界が或ることをしっかり理解することで
75: す。

76: 営業の戦術的な部分をキチッと詰めることで目標への道筋を立てることな
77: んです。

78: 超具体的にです。

79:

80: その為には、かつての素晴らしい日々は忘れることです。

81:

82: 頑張るっていったって限界が或ることを知ることです。

83: 抽象的な言葉は、かっこいいけど逃げ道多いし、腹の足しにも何にもならな
84: いんです。

85: むしろ、精神的苦痛の種になり疲労の元です。

86:

87: もっと具体的に生きることです。

88: では具体的とは何か？

89:

90: かなり長くなりましたので次回に続けましょう(^^ゞ

91: 請うご期待!!

92:

93:

94: _____

95:

96: では、具体的な武器です。

97:

98: 居ながらにお客さんとのしっかりした関係が築けて数字も上がる!

99: そんな営業法を実践するのが私たち中小企業営業支援会です。

100:

101: ●役立つ教材のご案内●

102:

103: そこで、もっと突っ込んだ作業の流れや具体的な作業、証拠、実際のツ
104: ールにご興味ありましたら、是非とも「PC顧客獲得術」の活用をお勧め
105: いたします。

106:

107: ここに書かれた手法、考え方、実際の資料は余すことなく盛り込まれて
108: おります。

109: もちろんへ理屈や理論、コムツカシイことはございません。

110: どちらかといえば、膝をたたいて、笑いこぼれる中であなたの中にパラ

111: ダイムシフトを起こすことが可能かと思います。

112:

113: あなたとの、再会を心よりお待ちしております。

114:

115: おつき合いありがとうございます。そして、あなたの成功を心よりお祈
116: り申し上げます。

117:

118: 「PC顧客獲得術」の購入・特典のご確認は、

119: <http://enirvana.biz/pc.html>

120: までお願い致します。

121:

122: 特典に+αが加わりました!

123:

124: **DVD版若干数だけあります!お急ぎ下さい**

125:

126: ○「幸運」は「大胆に」味方する エラスムス

127: (オランダ人文主義者 1466-1536)

128:

129: ●最近のユーザー様からの声です。

130:

131: 前略「燃える商魂!佐藤」殿

132:

133: 昨日、私の手元にビデオが届きました。素早い対応をして

134: 頂き、ありがとうございます。

135:

136: 仕事から戻り、早速拝見させていただきました。もちろん、

137: 3巻一気にです。見終わった後、思わず唸ってしまい、また

138: 、****の経営者と同様、私も、佐藤様の誘導アプローチに

139: “まんまと乗ってしまったクチだな”と苦笑いしてしまい

140: ました。

141:

142: とはいうものの、内容には感心し、その試行錯誤と努力に

143: 尊敬の念すら抱きました。そして、自分でもすぐに実践でき

144: るものから、やっていこうと、決めたのです。

145:

146: で、実は私は、首都圏では大手に入るリフォーム会社の社

147: 員なのですが、訪問販売・体育会系の業者が主流を占める業

148: 界の中では数少ない、新聞折り込みチラシによる反響営業が

149: メインの会社なんです。ご指摘のように、反応率(ヒット率

150:)も、数年前は0.025%(約4000枚の1件)だった

151: のが、現在では約7000枚に1件=0.014%にまで、

152: 下がっているのが現状です。法人相手もやらなくは無いので

153: すが、過去に工事代金回収で痛い目にあったらしく、もっぱ

154: ら個人客を相手に毎日シコシコやってます。

155:

156: 他社同様、この職種は歩合給がウェイトを占めますので、

157: 新規のお客が減ることは、即減収に繋がることです。普通の

158: こと(ポスティング、既存客再訪問など)をやっても、期待

159: する効果はなかなか上がりませんし、おっしゃるとおり、気

160: 合いや精神論で契約に結びつくほど、甘くないことは痛感し

161: ています。

162:

163: なのに、昭和の営業手法から脱皮できない我がバカ幹部は
164: 、ひたすら、足を使ってやるのが営業の基本だとの考えに
165: 凝り固まっており、またそう言い続けることが自分の保身で
166: もあるのでしょう。自ら変化して知恵を絞って新しいことを
167: 挑戦しようという考えのない人は無視をして、「何かおもしろ
168: りいやり方はないか?」と、ふらふらしているとき、佐藤様
169: のH・Pに出会ったのです。

170:

171: そこで、法人相手ではなく、個人客相手ということでご相
172: 談なんです。(中略)

173:

174: と、こんな感じでしか、今のところ発想できないのですが
175: なにかいいアドバイスがありましたら、是非レクチャーし
176: ていただきたいので、よろしくお願いします。

177:

178: ○...リフォーム会社勤務 Y様 (茨城県龍ケ崎市)

179:

180:

181: 意見・感想等→info@eNirvana.biz

182:

183: 発行元: 中小企業営業支援会 <http://www.eNirvana.biz>

184: 関連サイト: 商魂倶楽部 <http://www.shoukon-club.com/>

185: 発行責任者: 佐藤久彰 satoh@eNirvana.biz

186: 312-0034 茨城県ひたちなか市堀口162-1-101

187: E-mail:info@eNirvana.biz

188: FAX:029-276-5271 担当: 燃える商魂! 佐藤

189: TEL:029-276-5201 (外出多いです)

190:

191: 著作権は当方に帰属いたします。(C)Copyright2005

192:

193: