

## 第 648 回 例 会

27年10月2日

## 本日のプログラム

- ・ソング 「奉仕の理想」
- ・卓話 中根 三恵子 会員  
ゲストスピーカー 陳 佳怡 さん（米山奨学生）  
「院生になってから、勉強してきたこと、感じたことについて」
- ・場所 ANAクラウンプラザホテル大阪 5階「ガーデンルーム」
- ・第4回理事会 13:40～ 4階「桃山の間」

## 次回(10月16日)のプログラム

- ・ガバナー公式訪問  
国際ロータリー第2660地区 立野 純三 ガバナー
- ・ソング 「手に手つないで」
- ・場所 ANAクラウンプラザホテル大阪 5階「ガーデンルーム」

## 10月のお誕生日

- |                |              |
|----------------|--------------|
| 12日 上山 祐平 会員   | 15日 吉田 正信 会員 |
| 16日 安藤 幹雄 名誉会員 | 26日 鈴木 正明 会員 |

## 10月の創立記念日

- |                             |                     |
|-----------------------------|---------------------|
| 1日 中井司法書士行政書士合同事務所 中井 周治 会員 | 5日 花谷建設(株) 花谷 尚嗣 会員 |
|-----------------------------|---------------------|

## 先週(9月18日)の例会報告

## ■会長の時間

こんにちは、大富さま、木岡さま、ようこそ。今日は例会、協議会とよろしくお願ひ致します。

さて、今週は職業に関わるお話を致します。私の会社の事業の一つに生命保険があります。この業界を取り巻く今の様子ですが、長く首位を維持していた日生が、その地位を初めて第一生命に明け渡しました。銀行窓販の伸びと、海外生保の買収による業績の上ブレが貢献しました。明治安田も外資を、日生は三井生命を、立て続けに買収すると発表しました。買収が順調に進めば良いのですが、将来不調となって清算となれば、買収につぎ込んだ契約者から預かった保険料が水の泡となり、契約者の不信をから保険離れとならないことを祈りたい気持ちです。あと一つは11月に予定されている、郵政三社の同時上場です。海外投資家からも注目を集めているようで、目が離せません。

ありがとうございます。

## 【来客紹介】 2名

## 【出席報告】

27年9月18日(第647回例会)				
会員総数	出席免除会員	出席会員	欠席会員	出席率
34名	1名	25名	8名	75.76%

## 【幹事報告】

〔メールBOXに配布〕

- |             |                      |                 |
|-------------|----------------------|-----------------|
| 1) 第3回理事会報告 | 2) 第14回ロータリーXmasのご案内 | 3) 15周年記念行事実行計画 |
|-------------|----------------------|-----------------|

〔回覧資料〕

- |                        |                              |
|------------------------|------------------------------|
| 1) 大阪市交通災害遺族会「パンジーだより」 | 2) 出欠表(地区大会⇒本日まで ・ロータリーXmas) |
|------------------------|------------------------------|

## ニコニコ箱(9月18日)

河田 英子 =季節が変わりました。秋雨前線、大雨、台風、洪水、堤防決壊と防災にいそがしい夫です。皆様のお友達、大丈夫でしたか？ 私は学園とボランティアに忙しく、今日は皆様にお会いできてうれしいです。

小林 知義 =今日は斎藤さんの卓話です。がんばって下さい。 私事ですが、最近、ダンスのレッスンを始めました。今日7時50分から淀屋橋であります。興味のある方は、私まで連絡下さい。

近藤 嘉一 =まだ暑いですね。

ガバナー補佐 大富様、ガバナー補佐エレクト 木岡様、本日はごろう様です。 よろしくお願ひ致します。

森本 良嗣 =今日は、大富ガバナー補佐、木岡ガバナー補佐エレクト、お忙しいところをご訪問頂き、ありがとうございます。

斎藤 清貴 =春のライラ基調講演の原稿がやっと届きました。製本までもうすぐです。大輪さん、ご苦労様です。

和氣 勝海 =先週はお休みを頂きました。 代わりに大阪北RCにメーキャップしてきました。 皆様も欠席の際はメーキャップを  
お願い致します。 (by 例会運営委員長)

【SAA報告】	ニコニコ箱	本日計 6000円	今年度合計 4108734円
---------	-------	-----------	----------------

## 卓話(9月18日)

### 「トップセールス名言10選」 齋藤 清貴 会員

世に出回っている営業マニュアル(書籍)はどれも首を縦に降れるものはありません。  
セールスと言っても訪問・店舗、BtoBなのかBtoCなのか、商品かサービスか  
非常に幅広く 分野によっても異なるからです。  
そして何よりもセールスの対象は人だからです、「セールスに王道は無し」と言われるのはその所以です。  
面白い資料が有りましたのでご紹介しますが、鵜呑みにせず、  
トップセールスの考え方 進め方を知り参考にさせて頂ければ幸いです(齋藤)

\*\*\*\*\*

トップセールス名言10選 横山信弘(経営コンサルタント)

#### (1)「間に合っています」が見込み客のサイン

最初に紹介するのが、この名言。いいですね、この言葉。お客様から「間に合っています」と言われたら、普通なら尻込みしてしまう  
ものですが、トップセールスは「この人は見込み客だ」と思うのだ、というのですから。なぜトップセールスたちはそのように認識する  
のか、解説していきましょう。

「選択的認知」という言葉があります。人間の脳は、すべての事柄を認知するとパニックになるため、自分の関心があることのみ焦  
点を合わせるようにできています。つまり認知プロセスにおいて、無意識のうちに知覚するものを選択しているのです。

新規開拓で最も気をつけなければならないのは「ラポール(信頼関係)」。まだ営業に対してラポールを覚えられないお客様は、営業が話  
している内容を認知していません。つまり「聞いていない」ということです。「できない営業」は、そのことを知らず、どんな商材なら相  
手は関心を持つかとばかり考えています。ですから「ネタがないとお客様のところへ行けない」などと言いはじめるのです。

[営業ステップアップアプローチ ラポールアップ :顧客の警戒心を解く]

[世間話(きどにたてかせし衣食住)共通点を探す 経営者の自慢苦労話を聞き出す]

つまり、馴染みのない営業が来たら、お客様はついつい「間に合ってます」と言ってしまうというだけの話。すでに他社と取引をしてい  
るので、そこに割って入ってきて欲しくない、ということ。「間に合っています」という言葉がお客様の口から出た、ということは、他の取  
引先と「ラポール」が構築されている証拠なのです。

[信頼関係で取引するお客様だと言う証拠]

反対に「間に合っています」と言わず、「ちょうどいいところに来た」というお客様もいます。100社、200社、訪問したら、1社ぐらいは  
遭遇するでしょう。「トップセールス」たちは、お客様に断られることを前提にして営業活動をしています。そのため、このようなお客様  
に対しては逆に警戒心を持つのです。お客様が「ラポール」などといった感覚的なものにとらわれず、商材のスペックや価格のみを  
判断材料に営業と付き合いしていく性格かもしれないからです。

確かに、スペックや価格をお客様の言うとおりに調整できれば、取引がすぐにスタートするかもしれませんが。しかし裏返せば、良い条  
件を提示する他社が現れれば、ほどなく浮気されるということでもあるのです。

#### (2)売れなくても楽しいと思えるようになると成果が出る

[トップセールスは前項(1)を理解しその対処法や確率の数字も把握している]

2つ目の名言も同じ視点に立ったフレーズです。「できない営業」は、お客様へアプローチするたびに一喜一憂するものです。1回や  
2回の訪問や電話で、相手の反応が良くないと「脈がありません」などと上司に報告する営業がいますが、「勘違い」も甚だしいと言  
えます。前述したとおり、1回や2回訪問ただけで相手とラポールを築くことは不可能です。こちらが話していることを真正面から受  
け止めようという姿勢がないのだから、「脈があるか／ないか」の判断がつかずありません。良い反応をするお客様のほうが怪し  
いと受け止めましょう。

#### (3)お客は買うことが前提と考えれば「断り文句」が「恥じらい」に聞こえる×

3つめの名言はコレ。現場に入ってコンサルティングをしていると、「トップセールス」の多くがKY(空気が読めない人)であることに気  
付きます。相手の「断り文句」が「恥じらい」に聞こえてしまう、ということは「嫌よ嫌よも好きのうち」という感覚なのでしょう。

[これはおかしい]

[トップセールスは目で、客の購買意欲を読み取る、売れることを確信している]

(4)ファンを作るよりファンになった方が手っ取り早い

[客は営業の鏡]

4つ目は、まさに「好意の返報性」の意味をあらわす名言です。好意の返報性とは、人は好意を受けられると、それを返したくなるという習性のこと。ミラーリング効果とも言います。相手のことを好きになれば気に入られる可能性は高まる、という意味です。(同じように、相手のことを嫌えば、相手からも苦手だと思われる可能性は高まります)お客様を「ファン化」すべきだと、よく言われますが、それ以前に営業自身がお客様のファンになれるか、ということです。お客様とラポールを構築するうえで、シンプルでかつインパクトの強い考え方でしょう。

(5)値切られるか、言い値か、商品説明が求められるか、任せられるかは「信頼関係の差」だけ。

[トップセールスは「全てお任せ」が一番怖い 利益の信奉者にはならない]

(6)年間の目標を一日単位まで細分化すれば行動スピードがあがる。

[確率の数字に強い コピー営業なら…]

このように計算したあと、月間スケジュール表を眺め、1日単位で行動計画を作っていくと、毎日やるべきことが見えてきます。

(7)刈り取りよりも種まきの時間を優先しろ

[狩猟型・農耕型 で異なります]

まったく同感です。私たちのコンサルティングスタイルも同様で、見込み客を育成するための種まき・水まき活動を、実際の商談よりも優先させるようにアドバイスしています。営業活動を「点」ではなく「面」で実施することで、目標未達成で終わるリスクを分散することが可能になるのです。

(8)「考えること」と「行動すること」の連結力が強い人ほど仕事ができる

[フランクベドガー 一歩出れば流されてしまう]

これまでの名言は、どちらかという「行動力」に焦点を合わせた内容が多かったように思いますが、8つ目の名言で「考える力」「想像力」が加わりました。

営業にとって「行動力」はとても重要なファクターですね。「行動だけではダメだ」という言い人もいますが、「考えるだけではもっとダメだ」ということも知るべきです。単純な公式で表現すると「営業力＝想像力×行動力」。まず行動を繰り返すことで、想像力は鍛えられていきます。そしてそれらの力が連結することによって成果につながる、ということです。

(9)見積り依頼は1番先に提示するとチャンスが2回やってくる×

[そんな事は無い、業種 商談のケースバイケースです]

(10)「買ってくれ」とお客さんに言え！

[客の背中を押すのは営業の仕事]

[テストクロージング]

大阪ユニバーサルシティRC URL: <http://www.osaka-ucrc.org/> E-mai: [ucrc@osaka-ucrc.org](mailto:ucrc@osaka-ucrc.org) 創立: 2001年3月27日

事務局 〒530-0005 大阪市北区中之島5-3-68 リーガロイヤルホテル401号室 TEL: 070-5020-6459

会長: 斎藤清貴 幹事: 三宅一郎 会報担当: 大橋高志 例会: 毎週 月曜日 12:30~13:30 リーガロイヤルホテル

4つのテスト / 1. 真実かどうか 2. みんなに公平か 3. 好意と友情を深めるか 4. みんなのためになるかどうか