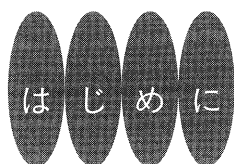


電話営業による

営業効率倍増作戦



あなたのかける1本の電話がビジネスの扉をひらく

今や「変化の時代」「大変革の時代」と言われ、従来の価値観がゆらぎ、過去の延長ではやっていけない時代となりました。もちろん営業の世界も例外ではありません。

このような時代に、あなた自身が生き残り、勝ち残っていくためには、使えるものはとことん使いこなすことができればなりません。

営業という仕事をしながら電話を使ったことがないという人はいないでしょう。でも、あなたは本当に電話を使いこなしていますか？ 単なるメッセージのやりとりに使っているだけではないでしょうか？

電話も使い方次第では営業の強力なツールになるのです。どんなに大きな商談でも、そのほとんどは1本の電話から始まります。それなのに営業ツールとして真剣に考えている営業マンは意外と少ないようです。

そこで本講座では電話を営業の武器として、積極的に活用する方法を学びます。第I部では、お客様に好印象を与える電話のかけ方や、営業活動への生かし方、クレームへの対処法などの基本を学びます。

第II部は実践編です。まず、お客様の断りに対してどのように対応したらよいのか、営業の達人に学びます。電話は便利な反面、断りやすいツールでもあります。この断りに対して、先輩たちが苦労して開発した話法が、ここでは惜しげもなく公開されています。さらに、クレーム電話であっても、災い転じて福となすための話法も併せて紹介しています。

本講座で学んだことは即実行してみてください。そのつど実行していただき、その成果をあなた自身で検証してください。電話のかけ方ひとつで、営業の成果が大きく変わることを実感できるはずです。

| | |
|--|----|
| はじめに | 3 |
| 第Ⅰ部 営業成績が格段に上がる電話徹底活用術 [基本編] | 5 |
| 第1章 相手に受け入れられる電話テクニックの基本 | 6 |
| 1. 電話を営業の武器にしているか | 7 |
| 2. 電話にも守るべきマナーがある | 11 |
| 3. 声の第一印象が営業展開を左右する | 13 |
| 4. 大人の言葉づかいができていないか | 15 |
| 5. お客様の言い分を支持する | 17 |
| 第2章 ビジネスチャンス拡大する営業電話のポイント | 22 |
| 1. 営業の第一歩は電話によるアポイント取りから | 23 |
| 2. 反論を YES に変えるアポイントの取り方 | 25 |
| 3. お客様からのお問い合わせ電話を逃さない | 29 |
| 4. 潜在ニーズを顕在化するテクニック | 31 |
| 5. 好感度と親密度を高める電話の使い方 | 33 |
| 6. クレームには正面から向き合う | 36 |
| 7. クレーム電話の受け方の基本 | 40 |
| ◆研究課題Ⅰ | 46 |
| 第Ⅱ部 達人に学ぶ、営業電話の秘訣とテクニック [実践編] | 47 |
| 第3章 アポイントはこうやって取る——断り文句に負けない達人トーク | 48 |
| 1. 達人も同じ苦労を乗り越えてきた | 49 |
| 2. 「営業マン・会社」を理由に断られたとき | 50 |
| 3. 「お客様の都合・事情」で断られたとき | 54 |
| 4. 「商品・サービス」などの理由で断られたとき | 60 |
| 第4章 ピンチをチャンスに変えるクレーム対応話法の実践 | 64 |
| 1. 自社に責任がある場合のクレーム対応 | 65 |
| 2. お客様に責任がある場合のクレーム対応 | 72 |
| 第5章 まめなコンタクトが営業の生命線 | 76 |
| 1. ファクスは便利さと怖さをよく知って使おう | 77 |
| 2. eメールはスマートに使いこなそう | 80 |
| 3. この使い方ならeメールも生きる | 83 |
| 4. フォローの連絡は計画的に | 85 |
| ◆研究課題Ⅱ | 87 |

第Ⅰ部

営業成績が格段に上がる 電話徹底活用術

〔基本編〕

第1章

相手に受け入れられる 電話テクニックの基本

学習のポイント

電話はコミュニケーションの道具です。ところが、あなたのかけた電話が相手に歓迎されない、あるいはまったく受け入れてもらえないとしたら、コミュニケーションは成立しないでしょう。

あなたの“声の第一印象”は、相手にどのように届いているでしょうか？

守るべきマナーは、守れているでしょうか？

大人の言葉づかいができているでしょうか？

相手の言葉や気持ちを受け止めているでしょうか？

こうした基本ができて、初めて電話でのコミュニケーションが成り立つのです。

問題意識を持って、あなた自身の現状をチェックしてみましょう。

1

電話を営業の武器にしているか

1 本の電話からビジネスは始まる

現代人にとって電話なしの生活は考えられません。今や携帯電話を持っていない人のほうが珍しい時代です。ビジネス、特に営業の世界でも電話は必須のツールです。

営業は足で稼げと言われますが、やみくもに戸別訪問するという営業スタイルは、最近ではむしろ珍しいものとなりました。新規のお客様には、まず電話で**アポイント**を取ってから訪問するのが、効果的なやり方です。

アポイント

何千万円、何億円というビジネスであっても、そのほとんどは1本の電話から始まります。ですからあなたが上手に電話を使いこなせるか否かによって、**営業の成果**も大きく変わってくるのです。

営業の成果

電話の特性を理解して使いこなそう

電話を活用するにあたっては、**電話の特性**を理解したうえで、その長所を最大限に生かすように使いましょう。

電話の特性

電話の特性の第1は「**即時性**」ということです。いつでもどこでも相手に連絡を取れるということです。思い立ったら、その場ですぐに連絡できるということです。会いに行く時間もいりませんし、手紙やeメールのように返事を待つ時間もいりません。

即時性

沖縄にいても北海道にいても、相手さえつかまれば、すぐに用件を口頭で済ませることができます。この時間を節約できるメリットは、はかり知れません。

第2の特性は「**双方向**」ということです。手紙やeメールは情報の発信者からの一方通行のコミュニケーションです。相手の考えや感情はおかまいなしに、こちらの言いたいことを一方的に伝えるものです。ですからそれを読んだ相手の反応は、返事が来るまではわかりません。

双方向

相手からの反応

しかし電話は、こちらの言い分に対して、即座に**相手からの反応**があります。ですからそこではお互いの意見を交わすうちに、双方が満足するよりよいアイデアや解決策が生み出されるのです。つまり電話は、双方向だからこそ**お互いの考えをシャッフル**できるのです。

お互いの考えを
シャッフル

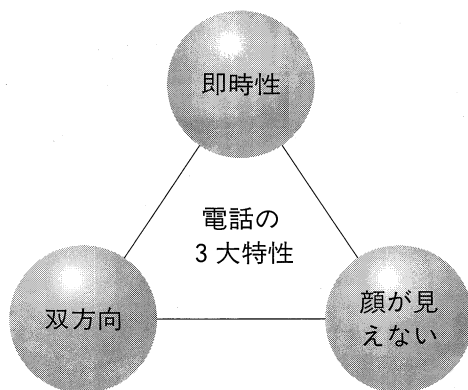
顔が見えない

第3の特性は「**顔が見えない**」ということです。これは電話の短所でもあり長所でもあります。顔が見えないために相手の真意を、言葉とその言い回しから判断するしかありません。ですから電話では、なかなか相手の真意を汲み取れないときがあるのです。

しかし、これは営業マンにしてみれば、お客様に顔色を読まれないというメリットにもなります。本心や感情がすぐに顔に表れてしまう営業マンにとっては、電話はなかなか便利なツールでもあるわけです。また、本人の前では言いにくいことでも、電話ならズバリと言えたりします。

電話を営業に最大限活用するには、このような特性を生かした使い方でなければ意味がありません。

図表1・1 電話の3大特性と長所・短所



電話の長所

- ①時間を節約できる
- ②経費を削減できる
- ③直接考えや意見が聞ける
- ④顔が見えないだけに言いたいことが言える
- ⑤相手の仕事に割り込むことができる

電話の短所

- ①感情の表現が難しい
- ②居留守を使われる
- ③複雑な込み入った話はできない
- ④相手の顔色が読めない、本心がつかみにくい
- ⑤こちらのペースを乱される