



Sales Talk

商談を楽にするめるセールストーク・事例強化

①

実践ですぐに使える
セールストーク・ブック



はじめに

セールスのあらゆる場面への対応トークを通して 真にお客様に役立つ営業活動の実現を

セールス活動は、新規のお客様に電話でアポイントを取るか、またはアポなしの“飛び込み”で面会を申し込むなどして「アプローチ」するところからはじまります。首尾よく担当者に應對してもらえたら、商品・サービスの「プレゼンテーション」、さらに商談を深めていく「深耕営業」へとすすみ、「クロージング」で完結することになります。もちろんクロージングは新たな商談のはじまりでもありますから、そのためのアフターセールスもセールスの重要な一環であることに変わりはありません。

このテキストでは、こうしたセールスの各場面における有効なトークを極めて具体的に紹介しています。「はじめまして」からはじまる挨拶や自己紹介などの定型的なトークから、予想されるお客様の反応、断られたときの対応、決断を促す話法など、考えられるセールスのあらゆる場面に即対応できるような内容になっています。新人やそれに近い人なら、トークの一言一句をまず「真似する」ところからスタートしても十分成果があがるはずですよ。また、少し経験を積んだ人なら、自身の体験事例をもとに若干のアレンジを加えることで、クロージングへの「定理」とでもいうべき方向性が見えてくるでしょう。

このように「実践ですぐに使える」ことを第一義としています。が、読者のみなさんに望みたいことは、ここに紹介しているトークを単なる口八丁手八丁のための道具・技術としてとらえないでいただきたいということです。セールスとは社会貢献です。お客様に利益を享受していただき、お客様に心から喜んでいただいてこそ、真のセールスであることを忘れないでください。

はじめに……………3

第Ⅰ章 アプローチのセールストーク……………6

1. 電話でのアポイントの取り方……………8
 - (1) 新規顧客へのアプローチ方法
 - (2) 何度も電話をかけている場合の切り出し方
 - (3) 紹介者がいるときの切り出し方
 - (4) 面談のメリットを伝えるトーク
 - (5) 「VIP客」対応で、お客様の気持ちを引き付けるトーク
 - (6) 「脈あり反応」への対応トーク
 - (7) 断られたときにチャンスをつかみとるトーク
2. 飛び込みでの面談のアポイントの取り方……………16
 - (1) 企業の担当者にはきらりと光る「印象」を売り込もう
 - (2) 受付でのトーク
 - (3) 担当者に会ったときのトーク
 - (4) 企業訪問で断られたときのトーク
 - (5) 個人宅への訪問で断られたときのトーク

研究課題Ⅰ……………23

第Ⅱ章 プレゼンテーションのセールストーク……………24

1. オープニングトークのすすめ方……………26
2. お客様が自分のニーズに気づく「3つの質問」……………29
3. 「願望をたずねる」質問……………31
4. 「事実行動をたずねる」質問……………34
5. 「自己評価を促す」質問……………37
6. 必ず売れる「商品説明」のトーク……………39
7. 見る見る売れ出す「決断を促す」トーク……………41

コラム……………44

研究課題Ⅱ……………45

第Ⅲ章 深耕営業におけるセールストーク……………46

1. 深耕営業のすすめ方とトーク……………48

- (1) プレゼンテーションする
- (2) デモンストレーションする
- (3) 提案と問題解決をする

2. 応酬話法（反論処理）のすすめ方とトーク……………50

- (1) 「購入することに対する不安感」を払拭するトーク
- (2) 「金銭面での折り合い」（値引き要求など）に対処するトーク
- (3) 「いま買うメリットを感じない」と言われたときのトーク
- (4) 「他社と比較検討してから」と言われたときのトーク
- (5) 「人の意見を聞いてから」と言われたときのトーク

3. 顧客タイプ別アプローチ……………59

- (1) 行動派のお客様
- (2) 思考派のお客様
- (3) 感情派のお客様
- (4) 革新派のお客様

研究課題Ⅲ……………61

第Ⅳ章 クロージングとアフターセールスのトーク……………62

1. クロージングのすすめ方とトーク……………64

- (1) テストクロージングとクロージングのタイミング
- (2) 決断を促すセールストーク

2. アフターセールスのトーク……………77

研究課題Ⅳ……………79

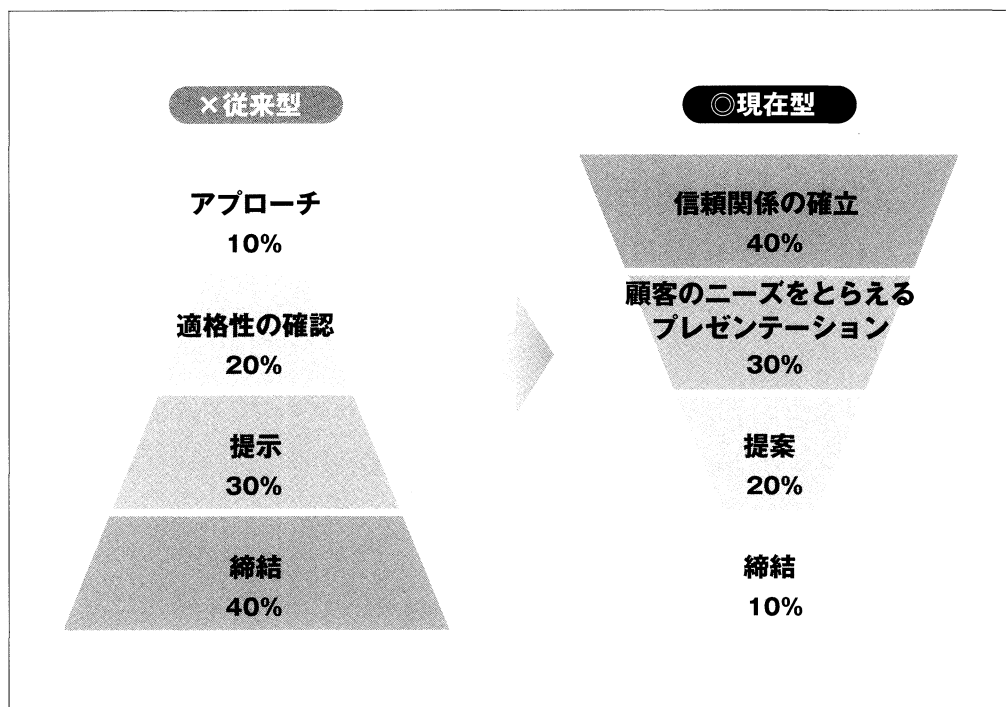
第Ⅰ章

アプローチのセールストーク

この章のポイント

- ★セールスはお客様をみつけアプローチするところからはじまります。かつて、セールスは「クロージング（契約成立）」に力を注ぐものとされ、アプローチにはそれほど重きが置かれませんでした。しかし最近は違います。アプローチの段階でお客様の心をとらえ、信頼関係を確立するための発端をきちんとつくっておくことが重要なのです。
 - ★このテキストではセールストークを極めて具体的に示していますが、技術としてのトークを体得するだけでは決して長続きしません。セールス活動を行うに当たってはしっかりした心構えが必要です。
 - ★セールスの意義とは何でしょうか。もしかしたらあなたは、セールスをただ単に「売り込むことだ」と思っているかもしれません。少々うるさがられても、口八丁と押しで売り込めばいいのだ、と。確かに“売る”ことは必要です。お客様に買っていただけなくては、セールスをする意味はありません。でもそれは、お客様の都合を無視して自分の営業目標を優先させ、実績をあげることではないのです。
 - ★セールスという仕事は、社会に貢献するものです。お客様は商品やサービスを通してお客様自身の問題を解決し、利益を得ます。自分が扱う商品やサービスはお客様の問題を解決し、ニーズを満たし、その結果として多大な利益を享受していただくことができるのだという自信を持って、セールス活動を行っていくことが何よりも重要です。
-

現在のセールス形態



★この章では、電話でのアポイントの取り方から、アポイントなしのいわゆる「飛び込み」セールスまでの実際を解説しています。セールスのオープニングでは快く受け入れてもらえることのほうが稀です。断られることのほうが圧倒的に多いと考えて間違いありません。その際に、どのように話をつないでいくか、というトーク例もあげてあります。最初はこのとおりに口に出せるようになるまで練習し、経験を積んだら少しずつ臨機応変に変えていくようにするといいでしょう。

電話でのアポイントの取り方

セールスは、まず電話で面会のアポイントを取るところからはじめるのがふつうです。会ったことのない方に突然電話をするわけです。しかし、人は会ったことのない人には簡単に心を開きません。まして、セールスパークソンの主観的な解釈や意見においそれと耳を貸してはくれません。

自分の利益

ただ、お客様は**自分の利益**には敏感です。セールスパークソンが自分の悩みや問題に誠実に耳を傾け、的確な提案をしてくれそうなら、「会ってみようか」と思っただけです。

何かメリットがありそう

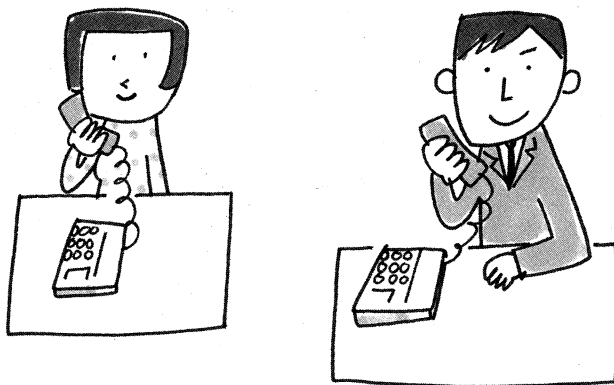
「会うと**何かメリットがありそう**だ」と思っただければ、アポ取りはひとまず成功と言えます。断られても悪びれずに、次につなげるトークを習得してください。

(1) 新規顧客へのアプローチ方法

電話でのアポイント取りは、前述したようにセールスのスタートであり、その意味では1日の活動の中でも最も優先順位の高い仕事です。朝の1時間でかなりの数のアポイントが取れるはずだ。

電話では顔が見えないこと、相手の状況がわからないことを意識したうえで、わかりやすくていねいな話し方を心がけましょう。

このとき、注意したいのは、最初の電話で商品売り込もうとしないことです。よく、アポイントの電話をかけながら、いつの間にか商品説



図表 I・1 電話でのアポイント取りの流れ

1

自己紹介をする

「セールスの電話はたくさんだ」と断られても…

2

自社製品やサービスをさりげなくアピールする

面談のメリットを伝える

- 会わなければ機会を逃す、と感じさせる
- 面白そうだ、と興味を持たせる

3

商品やサービスに対する顧客の感度を確認する

「VIP客」対応でお客様の気持ちを引き付ける

- そこまで言うなら聞いてみたい、と思わせるよう大胆にアプローチする
- お客様は情報通、というスタンスで臨む

「脈あり反応」を聞き逃さない

- 問題の解決は必ずある、と思わせる

4

断り文句に対処する

「時間がない」

「必要ない」

「資料を送ってくればいい」

「いますぐでなくてもいい」

などに対するトーク

明に移行してしまっているセールスパークソンがいます。「売り込もう」という気持ちが前面に出てしまうと、お客様は逃げ腰になってしまい、アポイント取りは成功しないでしょう。



簡単に自己紹介し、相手の都合を聞く

自己紹介
都合を聞く

「はじめてお電話差し上げます。私は〇〇会社の□□と申します。いま、1～2分、お時間をいただいてもよろしいでしょうか？」

＊せっかちに用件を切り出したり、無理強いしたりせず、必ず都合を聞きます。



商談のメリットを伝える

商談のメリット

「今日お電話を差し上げましたのは、私どもの最新技術を駆使すること