

## ならちゅうしん経営研究会 例会報告

### 第 306 回 研究会

◆日時 平成 28 年 11 月 16 日(水) 午後 4 時 ~ 午後 5 時 30 分

◆場所 奈良中央信用金庫 3 階 ホール

◆内容 外部講師セミナー

講師 奈良 OA システム株式会社 顧問

株式会社 BC&M 代表取締役会長

諸富 誠治 氏

テーマ 「終極の営業術」

今回は、当研究会会員の奈良 OA システム株式会社 顧問で、コンサルタント会社 株式会社 BC&M を経営されている諸富 誠治氏をお迎えして、心理学を用いた営業術「終極の営業術」というテーマでお話いただきました。

最初に自己紹介がありました。諸富先生は、大学卒業後、事務機メーカーに入社し、英国語留学を経て、米国、シンガポール、ヨーロッパ等 23 年間で海外で勤務、主に役員として営業・経営に携わられた。その後、京セラドキュメントソリューション(株)を経て、国内販売会社の常務取締役として業績拡大を実現されました。現在は、株式会社 BC&M を経営され、この度、著書「終極の営業術」を上梓、いろいろな業界より、セミナーの依頼があり、日本各地で講演をされています。

セミナーについては、心理学を用いた究極の営業術ということで、以下の内容でお話いただいた。産業構造の変化や人口減少が続く経済状況下において、営業の変化が強く要望されている。営業とは、単に物を売るのではなく、お客様に喜んで購入していただき、利益を得ることを目的に事業を行うことであり、公式化すると、洞察力(心理学)×質問力(課題解決力)×人間力(人格・知識・哲学)＝営業力強化となり、各要素のレベルアップにより営業力が上がる。そこで、お客様の心の動きを把握し、関心事、課題、不満、将来の希望などを浮き彫りにして行き、その為の質問力の訓練が必要となり、トータル的に心理学の活用が有用である。「お客様の断り文句」をベースに質問シナリオの訓練を行い、その後提案シナリオを作成することにより、お客様の要望にマッチした営業が実現できる。また、人間力とは基本的に人に好かれる普遍的哲学をもつことで、身近なことでは、嘘をつかない、約束は必ず守るといったような、人として正しい判断を積み重ねる事が人間力アップに繋がる。

営業や部下育成の多くの場面で、適切な心理学を用いた指導が効果をもたらす。心理学用語であるサイオンス効果、ウィンザー効果、ミラーリング、アンカリング効果、カ

クテルパーティー効果、バーナム効果、スノップ効果、フレーミング効果、ディロイド効果、ピグマリオン効果、ヴェブレン効果等の説明があり、営業のどのような場面での活用が効果的であるかお話いただいた。例えば、ザイオンス効果とは、単純接触効果とも呼ばれ、会う回数や触れる回数が多ければ多いほど距離が縮まり、人は好感を抱くようになる。営業の場面では、何度も訪問することにより熱心だなと感じてもらえ好感を持ってもらえるという効果である。

お客様に信頼され、売れる営業を育てるには、営業の差別化が必要である。それは、お客様の課題解決提案しかない。課題の内容を掴んだら、課題解決の提案書とプレゼンシナリオを作成する。その時に、お客様と営業担当者が共通する認識を持ち、受諾心理に影響を与え商談が成功するのに心理学の活用が有効となり、的の得た営業ができる。

今回のセミナーを受講して、心理学を用いることにより、営業術や部下指導に説得力が増し、効果的であることが十分理解できた。

