

顧問企業限定事務所通信

2024年10月号



阿部竜司法律事務所

Ryuji Abe Law Office

《「7つの習慣」で磨く営業力 PART 2》

【はじめに】

いつも大変お世話になっております。弁護士の阿部竜司です。

今月は、先月に引き続き、「7つの習慣」を使って営業力を高める、というアイデアのPART2となります。

先月のPART1では、以下のような内容をお伝えしました。

＜営業力の基本は「主体性」＞

⇒売れる営業パーソンは、うまくいかない理由を他者や環境のせいにしがちな「人間の本質的な弱さ」を克服し、自分と向き合い、「主体性」をもって、失敗から学び、とにかく「売れるための思考と行動」を積み重ねようとし続ける。

＜効果的なゴール設定力＞

⇒売れる営業パーソンは、さながら建築家が、理想の建物を建てるための設計図を描くように、お客様との接触から、買っていただくまでのゴールへの道のりを具体的に思い描き、常に「どうすればゴール（商談成立）の到達に効果的

か」ということを考えながら商談を進める。

＜営業力は時間の使い方に表れる＞

⇒売れる営業パーソンは、成果を上げるための効果性が高い「緊急ではないが重要なこと」に多くの時間を割き、重要性の低いことにはなるべく時間を割かない。また、定期的に時間の使い方を「棚卸し」して、常に高い生産性を維持する努力をしている。

以上は、「7つの習慣」の第1～第3の習慣を営業力に活かすアイデアでした。

今月号では、第4～第7の習慣と営業力との関係性について見ていきたいと思います。

【「営業力」≡顧客のWinを
明確化する力】

第4の習慣「Win-Winを考える」は、7種類の行動習慣の中で、もっとも「営業力」に直結するといって過言ではありません。

取引や商談というものは、すべからず、「交渉」としてくることが出来ます。

「交渉」とは、こちらの提案、要望、請求等について、相手に承諾してもらうために行うあらゆるコミュニケーションのことをいいます。

このような交渉を成功に導くためには、原則として、こちらの提案、要望等を承諾することが、相手にとって「Win」である必要があります。

「Win」は、「勝利」という意味の英単語ですが、ここでいう「勝利」とは、より具体的にいえば、「メリットや利益がある」もしくは、「デメリットや損失を回避できる」というイメージです。

つまり、交渉の成功には、こちらの提案、要望等を承諾することが相手にとって一定の利益（あるいは不利益の回避）につながる（＝「Win」である）、という要素が必要不可欠なわけです。

ですから、取引・商談を成立させるためには、自社の商品・サービスが顧客にとって「Win」であるのか、仮に「Win」であるとすれば、それは具体的にどのような「Win」であるのか、といった点を思い描くこと

が極めて重要ということです。

売れる営業パーソンは、顧客になりきって、顧客の立場から「Win」を的確に想像し、かつ、それを顧客自身に気付いてもらうためのアプローチに注力します。

また、こちらの商品・サービスによる「Win」が大きい（＝自分にとって価値が大きい）と感じてくださるお客様は、そのようなWinを得るための対価をいとわないので、下手に安売りしたりする必要もないわけです。

これに対して、売れない営業パーソンは、顧客目線に立たず、自社の目線から、闇雲に商品・サービスの機能性の高さ等、「売り手目線」のアピールにばかり注力し、1人1人の顧客によって異なる、その人だけの「Win」を考えることをしません。そのような売り方をしていると、お客様自身にとっての価値を感じることはできませんから、買ってもらうためには不必要に安くせざるを得ず、悪循環に陥っていきます。

第4の習慣をベースにした「顧客のWinを的確に導き出す能力」が備わることで、商談の成功率が上がることはもちろん、どのようなお客様

が「理想の顧客」なのかどうかを見極める能力も高まり、自社の商品・サービスに価値を感じないお客様とばかり商談しようとして失敗する、というような事態も減らすことが可能になるのです。

「真の傾聴力」が 営業力を高める

第5の習慣：「まず理解に徹し、そして理解される」は、一言でいえば、「真の傾聴力」を発揮する行動習慣です。

第5の習慣の背景にある考え方は、**「自分の提案、要望、意見等を相手に受け入れてもらいたいのであれば、まず先に、相手の考えや意見に耳を傾け、理解し、その理解を相手に示すことが効果的である」**というものです。

人は誰しも、自分に敬意と興味を持ち、真剣に自分の話や意見を傾聴してくれる人に対して好感を持つものです。これは、**人間心理に関する法則**といっても過言ではないでしょう。

そして、このような好感（に基づく信頼感）が芽生えた相手の話や意

見は、自然と、「聞く耳」を持ちやすくなります。

反対に、こちらのお話をまともに聴いてくれず、自分の話ばかりする相手に対しては、信頼感は生まれず、真剣に話を聴く気は薄れてしまいます。

ですから、売れる営業パーソンは、巧みな話術やトークよりも、むしろ、お客様の話を引き出す「真の傾聴力」を重視します。

「真の傾聴力」とは、単に、相手の話を注意深く真剣に聴く、というレベルを超えて、相手がより自分の話をしやすくなるような的確な反応や応答を行い、相手からの話を引き出す力のことをいいます。

真の傾聴力によって、お客様自身に多くの話をしてもらうことで、（出てきた情報から）お客様の「Win」を探り当てられる可能性が高まります。

また、真の傾聴力によってお客様が自ら話を重ねてくださることで、お客様自身で、こちらの商品・サービスの必要性に気付いてくださることも珍しくありません。

さらに、真の傾聴力を発揮することで、お客様は、「話していて楽し

い、「たくさん話を聴いてもらえてうれしい（安心する）」というような肯定的感情が芽生え、シンプルに、その後の商談や提案がしやすい関係性が生まれます。

真の傾聴力は技術であり、身に着けるためには一定のトレーニングが必要です。

もっとも、逆に言えば、特別な才能が無くても、誰でも努力によって高められる能力ともいえます。

【 違いを楽しめる 人間は強い！ 】

第 6 の習慣は、「シナジーを創り出す」という名称がつけられています。

この習慣は、「自分とは違う意見や考え方を持つ人と協力することによって、自分だけでは生み出せない大きな価値を創り出すことができる」という考え方が背景になっています。

そして、「7 つの習慣」の著者（開発者）であるコヴィー博士は、第 6 の習慣のエッセンスを象徴するメッセージとして、「違いを楽しもう！」と説いています。

営業活動の中で、お客様や関係取

引先等から、自社の商品・サービスへのイメージや、使ってみての感想等を聞いて、『そんな風に思う人がいるとは想像していなかった』というような経験をしたことはないでしょうか？

このようなお話は、思わぬ肯定的感想・意見なら嬉しいですが、否定的な感想・意見である場合、「この人にはうちの商品の価値がわかってもらえないな・・・」とがっかりしてしまうこともあるでしょう。

ですが、売れる営業パーソンは、そういったお客様の声について、単なる一喜一憂で終わらせることはしません。

肯定的な意見にせよ、否定的な意見にせよ、お客様がなぜそのように思われているのかについて興味・関心を持ち、ここでも真の傾聴力を発揮して、お客様からたくさんの情報を引き出します。

否定的な意見については、正直、耳が痛く、あまり積極的に聴きたくはないものですよね。

とはいえ、否定的な意見は、実は、（肯定的な意見と違い、こちらに気を遣って述べているおべっかである可能性は皆無なので）自社の商品・

サービスの問題点を改善するためのヒントが隠されている可能性が少なくありません。

また、自分たちが想像していなかった印象や捉え方をする方がいらっしやった場合、それが、新商品の開発や、新規顧客へのアプローチ方法のバリエーションを増やすヒントになることも珍しくありません。

コヴィー博士が「違いを楽しもう！」と言っているのは、まさに、自分とは「違う」目線や捉え方にこそ、自分の視野を広げ、新たなアイデアや視点を得られるヒントが詰まっているからなのです。

また、違いを楽しむという姿勢を持っている人は、他者との深刻な対立が起きにくいいため、攻撃してきたり、不快なことをしてくる「敵」が生まれにくくなります。

それどころか、誰に対しても、「その人の意見や考え方の価値を認め、尊重する」という態度で接するため、多くの方から好感や信頼を得やすくなります。つまり、味方が増えるわけです。

違いを楽しめる人は、営業だけでなく、様々な場面で成功しやすくなるため、まさに「人として強い！」

といえるわけですね。

【「自分磨き」を習慣化する】

第7の習慣は、「刃を研ぐ」というタイトルであり、第1～第6までの各習慣の実行力を高めるための効果的なトレーニングに関する行動習慣、といわれています。

皆さんは、日々の生活習慣の中で、「自分磨き（自己研さん）」にどのくらい時間を使っていますか？

ここでいう自己研さんについて、コヴィー博士は、①肉体（健康）、②精神（心の安定）、③知性（知識と思考）、④社会・情緒（人間関係）の4つの要素をまんべんなく高めるトレーニングを、日々の生活の中で習慣化することが効果的である、と説いています。

売れる営業パーソンは、多くの場合、運動面で何かしらの趣味を持っている方が大半です。個人的感覚としては、マラソンと筋トレが多いかなと思います。いずれも1人で取り組むことができ、道具等をたくさんそろえたりする必要もなく、年齢を重ねても続けられる上に、仲間もたくさんできるので、続けやすいのだ

ろうと思います。これはまさに、①
肉体（健康）面での自己研さんとい
えますね。

肉体は全ての活動の土台・資本で
すから、健康維持は非常に大切です。

同様に、売れる（というか「売れ
続ける」）営業パーソンは、②精神
の安定のために、好きなことや楽し
いこと、気持ちが悪くことにもき
ちんと時間を使い、③知識と思考力
を高めるための読書や学びの時間
を持ち、④他者との交流の場もおろ
そかにしません。①～④のいずれに
ついても、バランスよく、日々の生
活習慣として取り入れているので

自社の社員さんの中で、意欲はあ
るのに成果が出ていない方がいら
っしゃるようでしたら、（休日も含
めた）1 週間の時間の使い方をチ
ェックしてみましょう。断言しま
すが、成果が継続して出るか出
ないかは、必ず生活習慣に反映
されます。

以上、先月号と今月号の 2 回に
わたり、『「7つの習慣」で磨く
営業力』というテーマでお送り
いたしました。

今回は特に営業力に焦点を当て
てご紹介しましたが、「7つの習
慣」は、営業に限らず、およそ
全ての経

営やビジネス上の活動において、
その土台として活用することがお
すすめの理論体系です。アメリ
カで 1989 年に発行されて以降、
40 か国語以上の言語に翻訳され、
全世界で 4000 万部以上の発行
となり、現在も読まれ続けている
のは伊達ではありません。

顧問先企業様限定動画の過去配
信分や、私の Youtube チャン
ネルでも、「7つの習慣」関連の情
報を発信しておりますので、書
籍だけだと学びにくいという方
は、ぜひご活用いただければと
思います。

【著作・制作・発行者】

阿部竜司法律事務所

代表弁護士 阿部 竜司

〒060-0062

札幌市中央区南 2 条西 10 丁目
1000-20

UGA 札幌南 2 条ビル 4 階

TEL : 011-252-7957

FAX : 011-252-7958

Mail : abe@ralo.jp
