

顧客を熱狂的な信者客育てる非常識なシステム営業の極意 説得する必要のない営業で超優良客を獲得する方法

多くの人は営業が難しいと思っている。
お客を獲得するのは至難の業だと思っ
ているようだ。

しかし、真実は違う。
お客を集めるのは、誰もが思っているほ
ど難しい事ではない。アナタ自身が難し
いと勝手に思い込んでいるだけなので
ある。

例えば、アナタの目の前に1000人の
人間を1時間後に集めなければならない
としよう。そうなった時にアナタはど
うのような行動をとるだろうか？

中には簡単に1000人も人間を集め
てしまう人もいるだろう。この人は世に
言う『天才』という人種である。

しかし、私を含めたその他の多くの人
は、1時間で1000人を集める事は不
可能だと考えるだろう。一人一人を説得
して歩くだけでも、1時間以上の時間
が必要であり、その中から所定の場所
まで足を運んでくれる人は、ごく一握
りの奇特な人たちだけだと容易に想像
できるからである。

実は、これが多くの人の頭にある『営業』
の姿なのである。多くの人が、顧客
を集める上で失敗する原因のほとんど
は、人を『説得』しようとするところ
から始まる。そう、説得するから失敗
するのである。人を説得して物を購入
させなければとアナタが思えば思うほ
ど、苦手意識や苦痛・そして諦めの渦
にも困れることも、同時に知らなければ
ならない。

そして、残念なことではあるが、人を
説得するほどの話術を使いこなすこと
は、普通の人には出来ない。例え出来
る様になるとしても、マスターするま
でには、それ相応の『根気』と『努力』
を投資しなければならない。

元旦にたてた目標を、3日もすれば
忘れてしまう私には、説得術をマスタ
ーするなどと言う事は到底ムリな話。
私の個人的な意見としては、説得話
法ほど無意味なものは無いと思ってい
る。

それよりも『説得』することなく人
を集める方法があれば楽だとは思わな
いだろうか？

かく言う私も大の営業嫌いである。
営業をするくらいなら、会社を潰した
方がマシだ思うほどの重症患者なの
である。そんな私が、今でも会社を
存続できているのは、説得すること
なく顧客を獲得する営業手法を知っ
ているからに他ならない。

ここでもう一度、先ほどの例に戻る。

今、私が言った方法を、例にたとえ
て言うならば、一人一人を説得する
人海戦術ではなく、集められる人間
の方から、勝手に集まってくる『仕
組』を作ると言う事になる。つまり、
アナタの前に行く事によって、集ま
る人間に直接的なメリットがあれば、
何の苦労もなく1000人は集められ
るだろう。

仕掛けはいくらでもある。例えばアナ
タ

顧客を熱狂的な信者客育てる非常識なシステム営業の極意

説得する必要のない営業で超優良客を獲得する方法

の手元に1000万円の現金があったとする。その現金を使って、1時間以内に1000人集めなければならないとしたらどうだろう？

先ほどの『無一文』の時よりも、はるかに簡単な事に思えたのではないだろうか？

知り合い10人程度に「連れて来てくれた人数に応じて1万円を、その場でプレゼントしますよ」と連絡する。そしてその場に連れてこられた人に対しても「今から知り合いに電話して、この場に来てくれた人に応じて1万円をプレゼントしますよ」と言えば、1000人程度を集める事はそれほど難しい事ではないと思う。

もしくは、繁華街に行って「1万円ずつプレゼントするので、欲しい人はコチラに並んでください」と言えば、パニックが起きるほど人が集まる事は容易に想像できるのではないだろうか？

ここで重要なのは、手元に1000万円あるか、無いかという事ではない。

人間は自分にメリットのあることに対しては、知り合いに電話をしたり、行列に並んだりという『煩わしいこと』『面倒なこと』を要求されても、洗脳されたように忠実に実行してくれる。反対に、いくらアナタが心から懇願し、説得し、誠意を尽くそうとも、自分にメリットがないと相手に判断されたら、どんな話術を使っても人を動かす事が出来ないということに気付くことが重要なのである。

そして、営業もこれと全く同じ。

今現在、アナタのもとにお客が自動的に来ていないとしたら、アナタは顧客に対して『集まるメリット』を提供していないからに他ならない。

つまり、何も顧客に提供することなく1000人の人間を集めようとする『凡人』の姿そのものなのである。

もし仮に、アナタ自身が集められる側の人間だったら、どう思うだろうか？

わざわざ時間を割いて、何のメリットも無いところに集まっていくだろうか？そこに友人を誘っていくだろうか？

そんな事はありえないと私は思う。

これでは、いくら頑張っても、アナタの考えがいくら高尚なものであっても、人は半永久的に集まってこない。先ほどの例を考えれば、誰の目にも一目瞭然の結果だと思うのは私だけだろうか？

顧客を集める上で重要な事は「アナタと付き合う事で得られるメリット」を、分かりやすく伝え、そのメリットに興味のある人に手を上げさせる仕組みを持つこと。そしてその後、そのメリットを実際に体験させる事。さらに、その一連の流れをシステム化することがとても重要なのである。

再度になるが、営業が難しいと思っているのは、顧客を説得しなければならないと思っているからに他ならない。

顧客を熱狂的な信者客育てる非常識なシステム営業の極意

説得する必要のない営業で超優良客を獲得する方法

しかし、今上げたような方法で、顧客自身に手を上げさせ、既にアナタと付き合うことに興味を持っているお客が、自動的にアナタの目の前に現れるとしたらどうだろう。

説得する必要が無い顧客が、アナタの目の前に行列をつくるのである。アナタと付き合いたくてたまらない顧客が、自分から手を上げて迫ってくることを是非想像して欲しい。

私が「営業は簡単だ」と言うのは、このような仕組の作り方と使い方を知っているからに他ならない。そして、これは誰でも簡単に作り出せる『仕組』なのである。

この仕組さえ作ってしまえば、自給8000円のアルバイトでも十分に顧客開拓の出来る営業マンになってしまう。

重要な事は『流れ』を意識すること。

私の場合は、まずターゲット客に対して『ワイロ』を提供することから始める。つまり目の前に1000万円の札束を並べて実際に触らせるのである。具体的には、『売上げアップレポート(ニュースレター)』や『音声対談CD』の提供を徹底に行う。

相手に私と付き合うと得られるメリットを、まず先に徹底的に提供するのである。これはネット上で集客する場合も全く同じ。

その時に注意するのは、相手の深層心理に隠された『裏の欲求』を見出すことに全力を投入するということ。

それはどういう事かという、『お掃除を頼む顧客は、なにを求めて掃除を発注するのか?』という欲求の裏側を見抜いた上で、その顧客が最も喜ぶメリットを提供する必要がある。

つまり、お客は何の見返りを期待して、掃除と言うサービスに資本投下しているのか?ということ徹底的に考え抜くことで、最も顧客の心理に訴える『ワイロ』を提供できるようになるのである。

例えば、クリニックのオーナーが、掃除屋に定期清掃を発注するのは何のためだろうか?

表面的には「医院は清潔でなければならない」とか「患者さんに気持ちよく来院してもらいたい」等という欲求があるために掃除を外注すると予想が立つ。

しかし、先生も気付いていない『裏の欲求』はそうではない。つまり表の欲求に隠れている裏の欲求は

『医院は清潔でなければならない・・・院内感染なんて真っ平御免!』

『患者さんに気持ちよく来院してもらいたい・・・何度でも!』

これが先生自身も気付いていない事が多い『裏の欲求』なのである。

クリニックの先生がお掃除に資本を投下

顧客を熱狂的な信者客育てる非常識なシステム営業の極意 説得する必要のない営業で超優良客を獲得する方法

するのは、お掃除をして得られるリターンの方が投下分の資本よりも大きいと判断したからに他ならない。

個人的な差こそあれ、そのような発想が大なり小なりあると私は思う。そうでなければ医院経営なんてやらないのではないだろうか？

やはり経営という商売をやる以上、だれでも儲けは欲しいもの。それはドクターであっても同じ事。ただそこに気付いているか気付いていないかの差でしかないのである。

そこで、私は相手のビジネスを助ける『ワイロ』を徹底的に提供する戦略をとり、戦略掃除屋である私自身に興味を持ってもらう事に集中する。そうすることで、最小限のエネルギー（労力・費用）で私の商品を相手の心に『流通』し易くするのである。

話が横にそれてしまったが、営業で重要な事は『流れ』を作り、顧客が自分の足で購入までの階段を登ってくるように『仕組』を作る事にある。

いきなり掃除を売ろうとして『説得』するのではなく、まずはハードルの低い『魅力的なオファー』を徹底的に配り、顧客の心にアナタの存在を植えつける。

そして、DM等を交えながら徐々にハードルを高めていく。顧客は知らず知らずのうちに、アナタが思い描く『高み』まで登ってくる。結果的には多くの顧客が無理なく『成約』という高みまでムリなく登ってこれるのである。

これからは、間違いなくこの営業スタイルでなければ顧客を獲得する事はできなくなるだろう。

特に顧客単価の低い『お掃除ビジネス』で、安定的な成長を望むのであれば、この仕組は不可欠である。

ターゲットリストを作る

リストに対してオファーの告知をする
(守備範囲の広いハガキDMが良い)

反応者の見込み客リストを作る
(1ステップ上昇)

無反応者には、定期的にオファーの提供を続ける(見込み客に育てる)

反応者に対して購買しやすいフロント商品のDMをオファーと共に送付する
(2ステップ上昇)

無反応者には、定期的にオファーと共にフロントエンド商品のDMを送付する

商品購入者にはオファーと共にバックエンド商品のDM(定期清掃)をオファーと共に送付する。
(3ステップ上昇)

バックエンド商品を成約するまで、定期的に接触を保つ(ザイアンス効果)

基本的な流れはこの様な具合になる。
私としては、費用効果的に考えてオファーは『ニュースレター』か『対談

顧客を熱狂的な信者客育てる非常識なシステム営業の極意 説得する必要のない営業で超優良客を獲得する方法

CD』が最もベストだと思うが、それ以外でも、予算的に問題がなく、バックエンドに関連した要素があり、なおかつ顧客が喜んで集まってくるオファーという条件を満たすものであれば何でも構わない。

重要な事は、顧客自身が手を上げてくれる仕組み、アナタと付き合いたいと顧客から言ってもらえる仕組みを築くこと。

これこそが『仕組み発想』なのである。アナタの会社でも、この機会に『顧客を育てる仕組み』を作ってみては如何だろうか？

ダントツ掃除屋プロジェクト **宮本 涼**

文章中でご紹介した『売上げアップニュースレター』のサンプルを以下のサイトでご紹介しております。

<http://soujiya.sakura.ne.jp/newsletter/newsletter.html>

【今すぐクリック！】