

「聞く8割」と言いますが、それには「聞き出し方」が必要になります。相手の事をよく知っていれば、「あれ」というのは具体的にになります。知らない場合、他社の事例を持ち出して「あれ」に迫るのが、一般的な「聞き8割」のコツです。 栩野

MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、動きづくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

## 「営業の会話術」②: SPIN法で迫る

前号で「ザイアンスの法則」をご紹介して「警戒心」を解くというテーマについて書きました。今回は「切り出し話法」で本題のニーズに迫るについてご紹介します。初対面でお互いを紹介しあって緊張感がほぐれてくると次のステップに移る必要があります。今までの流れ・空気を変える必要があるのです。私の場合、経営コンサルタントという立場ですから、お客様の悩みを聞きながら対処法などをアドバイスしてコンサルタントとしての信頼を勝ち取る事が重要なのですが、延々とアドバイスばかりでは営業としての成果につながらないのです。

そこで、「営業的な話ですが・・・」と切り出すのです。「ここからは有料ですよ」と暗にほめかすのです。これは、第一回のテスト・クロージングなのです。この切り出しで相手の顔色が見えるので「落としどころ」を決めるようにしています。このように、「切り出す」という事が非常に重要です。既存客の場合、延々と世間話やお客様の自慢話を聞くというケースが多いのです。この時間も必要なのですが、やはり、「商談」に持ち込むのが営業の任務なのです。このような場合の「切り出し話法」としては、「ところで、この間、〇〇という商品が発表されましたが、ご存じでしょうか？」と業界の話題を使うのも一つの手法なのです。

### SPIN法

- S・・・Situation(状況質問)
- P・・・Problem(問題質問)
- I・・・Implication(示唆質問)
- N・・・Need-payoff(解決質問)

## 「お客様のあれ」について聞き出す

右上に掲示してある「SPIN法」という迫り方が重要です。新規でも既存でも原理は同じなのです。S:状況を聞くという事から始まるのです。私の場合、「貴社の一番商品は如何でしょうか」とお客様の商品に迫るのです。普通の既存客への営業の場合、「〇〇という商品は、今、如何でしょうか？」とお客様の現状を伺うようにするのです。この結果、お客様が「悩み」を語り始めると、それがP:問題⇒課題となって解決策を考える必要があるのです。この問題を聞き出す事が重要なのです。この課題がハッキリしたら、解決策(商品orサービス)をFABE法で説明するのです。最近では、タブレット型のPCが普及しているのでスマートに説明できるのですが、それまではアプローチ・ブックを作ってページをめくりながら説明したものです。まず、F:製品・サービスの仕様を説明する必要があります。アップセルという言葉のように性能などが向上する提案でなければ、お客様は見向きもしないのです。このアップセルで生まれるA:利点を客観的に説明して、この商品・サービスを利用するB:利益を提案するのです。そして、事例を通してその利益を確証するのです。

### FABE法

- F・・・Feature(特長)
- A・・・Advantage(利点)
- B・・・Benefit(利益)
- E・・・Evidence(証拠)

このようにして「商品・サービス」をFABE法で提案して、SPIN法のI:示唆、すなわち、この商品・サービスによる利益を提示して評価して頂くのです。もちろん、十分にメリットを感じて頂いたとしても「コスト・パフォーマンス」という課題が残り、しかも、お客様のフトコロ状況も関係するので、N:買い方(支払い条件)を提案するのです。一気に値引きで対応する場合もあれば、リースなどのように分割する場合も出てくるのです。また、「レンタル」というケースも多くなっているので、この面の準備も重要なのです。しかし、一気に呵成にクロージングしようとしては失敗する可能性が高まります。これは次回ご紹介。

### ワンポイント・アドバイス

#### 「声かけ」

一度、商談してカタログなどを手渡すと安心してしまいう傾向がありますが、何度も「あれ、どうですか？」と声をかける事が重要です。お客様は、すぐに忘れてしまうと思っておく事が重要なのです。笑声で「あれ・・・」と投げかけが重要

