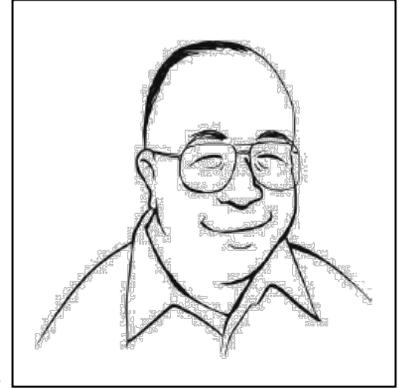


10月22日23日にマイドーム大阪で開催されます「勧業展2014」に今年も出展します。自社開発のソフトウェアと協力会社のモバイル化のソフトを出展いたします。ITからICTとコミュニケーションを改善するソフトを出展します。 栩野

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

「びっくり・本物」

右掲は、今年1月に亡くなられた船井幸雄先生の似顔絵です。私は、平成6年4月～11月の間、船井総研の客員経営コンサルタント養成学校に通い船井流を学び客員経営コンサルタントの資格(O-15)を頂きました。私は、サラリーマン時代はトヨタ系販売店でコンピュータを担当していたので、販売という事に直接タッチしていなかったのです。現場改善のリーダーをしていましたが、営業に指導する点で営業部とうまく行かず、成果があがったにも関わらず、その方法を封印するという事態になり、ついには、関連のIBM特約店している会社で営業をする事になったのです。



私は、現場改善の実績を活かしてコンサルティングを伴うシステム開発の提案を望んでいたのですが、子会社の無気力な体質とは合わず、また、お客様との関係も余りよい状況ではないという背景もあって、その希望が叶わなかったのです。その頃、船井総研が客員経営コンサルタントを養成するという新聞広告を出し、それが目に飛び込んだのです。前職の退職金があったので自費で通うことにしたのです。(もちろん、会社の許可を得て)

船井さんの最初のインパクトは、実は日本LCAの同じような話の説明会で「船井さんは、単純や。お店に行って一番売れる場所を聞き、一番売れる商品とその場所に山積みせよというだけや」という船井評だったので。私は、営業って複雑な理論ではないと思っていたので「これはシンプルでええやん!」と船井総研で勉強

常に新しい物事に関心を持ち続ける

することにし、さらに船井さんを選んだ事により確信をもつようになったのです。

養成学校の時に、船井先生が講演されるセミナーに何度も参加させて頂きました。もう既に「波動」などの世界を語られておりチャクラなどの言葉を覚えたものでした。この当時、フナイ・ワールドというオープン・セミナーを開催されており、世の中の「びっくり・本物」を紹介されていました。私は、その選考基準がよく分からなかったのですが、「何、これ?」って思う物も混じっていました。確かに、「びっくり」という意味では「びっくり」なのですが、「本物か」と問えば眉唾もののような物が混じっていたのです。

船井先生の器量の大ききさなのでしょうが、「だますより、だまされる方が罪が浅い」と眉唾もの話でも「びっくり・本物」として紹介されていたように思うのです。もちろん、お客様はカンタンに騙されることは少ないので大きな訴訟問題にはならなかったのですが、安易に飛びつけない世界でした。

しかし、この「びっくり・本物」がコンサルティングのキーワードに違いないのです。コンサルティング≡営業と言えますから、営業マンが自ら「びっくり・本物」と確信することがお客様の心を動かすのです。例えば、自ら体験して、その効能の信憑性を自分の言葉で語ることはお客様の心に大きく響くパワーがあるのです。「体験」⇒「確信」⇒「びっくり・本物」と流れるのです。

営業の方々、口先だけではお客様の心を動かさせないのです。まず、自ら体験することが大切です。そのストーリーを事実で話す、あるいは、少し誇張する事で「商品」を際立たせることが大切です。実践して欲しいです。

ワンポイント・アドバイス

少し大袈裟に表現する事は相手の選択を後押しするのでよいことだと思っています。詐欺師とされない為には「事実」から大きくかけ離れてはダメです。もちろん、ウソは禁物ですが、事実を少し誇張するとお客様の関心を引くのであれば、お客様もそれ位は騙されても仕方ないと納得できる程度に留める事が大切です。

