

## 営業なのに営業しない

営業成績が二極化している。しかも、達成者はいつも達成、未達者はいつも未達と固定している。残念ながら、未達常習者が存在しているケースが少なくありません。

何故、未達常習者が生まれるのでしょうか。いろいろ原因はありますが（メールマナー不足も、その一つです）、今回は『営業なのに営業していない』ことを挙げます。

商談において“クロージング”をかけることは不可欠です。しかし、このクロージングをかけない営業が、実は沢山いるのです。これこそが、営業しない営業です。

クロージングしない営業例
・明らかに見込みがあるのに追客をしない 例：提案書・見積書は出すが、その後、商談を詰めない 例：不動産の場合は、物件案内をして終わり
・そもそも、商談中に押しがない
・押すこと自体を嫌がる
・押していても、「ご検討下さい」という弱い押しになっている
・押しがないので、お客様の本音をつかめない
・的確な見込み判断ができない（概して、甘い）

これでは、受注できるものもできません。しかし、提案書や見積書作成までいきながら、失注したのでは、それまでの労力がムダになります。何よりも営業のモチベーションが下がってしまうでしょう。それがさらに未達を生みます。

では何故、クロージングをかけないのか？

一つは、それでも受注がとれてしまうことがあるからです。例えば、不動産営業の場合、本当に条件の良い物件であれば、案内しただけで成約に至ることもあります。そのためクロージングの必要性を感じていません。しかし、これでは他力依存営業であり、コンスタントな受注は無理です。

もう一つは、クロージングの本質を理解していないからです。「クロージングって何ですか」と聞くと、「お客様の意思確認」との解答がかなりの頻度で返ってきます。そのため、クロージング段階でも押しではなく「ご購入いただけますか」といった質問になってしまうのです。

また、『クロージング＝押し』と理解していても、『営業が押して決断させるとCSに反する』と誤解しているケースも多くあります。『押し売り』との誤認です。最近の若い人は、営業から押されるのを嫌がる傾向が強いので、尚更その誤解があります。

しかしこれは、前提理解不足です。お客様が「買う気が高くなり、迷っている段階」で行うのがクロージングです。買う気が高くない段階で行うのはクロージングではありません（これが押し売り）。クロージングと押し売りはまったく別物です。

買う気が高く、迷っているのに、営業が決断を促してこなければ、お客様はどう思うでしょう。満足度が上がるのでしょうか。「もっと押して欲しい」や「この営業、売る気あるのか」等と思い、逆に満足度は下がるのではないのでしょうか。

弊社の営業研修では、商談の原点であるクロージングを本質から理解していただき、誤解をなくします。また、ロールプレイングを通じて、押すことに慣れていただきます。さらに、お客様役も体験し、「押して欲しい心理」を体感いただきます。

是非、ご興味ある方は、ご連絡を下さい。

> お問い合わせはこちら

