



自己革新ができないダメ営業マン！！

お客が集まらなければ会社は潰れるというのは「真理」である。だからこそどんな会社もマーケティングや営業に全力を傾けるのである。

それらを実務の第一線で担っているのが営業マンということになるのだが、この営業マンが背負っている「命題」と言えば大きくは次の3点になってくると思う。

- (1) お客様の定義と見込み客づくり
- (2) 自分づくり＝見込み客づくりをしていくために自分はどうあるべきか？
- (3) 強い精神力（強いストレス耐性）

この中で何が一番大事な命題になってくるのであろうか？

当然、営業の世界では一番に「見込み客づくり」がくるであろう。営業にとってお客様を見つける、見込み客を作っていくことは最大の命題になると考えているからである。

そのために営業担当者は自社の製品や技術について勉強し、お客様のことを必死になって勉強しようとする。

しかし、なかなか「お客様をみつけられない」。「見込み客づくり」がなかなか出来ないのである。これは営業担当者にとっての共通の悩みであろう。

しかし、ここに営業マンにとっての大きな間違い、落とし穴がある。

自社の製品や技術について勉強し、お客様のことを必死になって勉強しさえすれば、特に相手に伝えるための「説得の技術」さえ習得すればと考えるあまり、最も大切なことを忘れてしまっているのである。それは先に触れた営業マンが背負っていくべき命題の(2)の「自分づくり」のことである。これを忘れてしまっている営業マンが如何に多いことか？

「自分」とは、「お客様との関係における自分」という意味である。営業の世界では、あくまでも主体はお客様であり、お客様あつての「自分」ということになるのだが、ともすればこのことをすっかり忘れてしまっている。

お客様でなく、つい自分が出てしまうのである。

お客様を忘れて、お客様を無視して、自分の都合である「売りたい」「買ってもらいたい」といったことだけが前面に出てしまっているのである。

つつい自分が出てしまうのである。私にもそれは経験がある。

お客様の前で売り込みの技術を展開しても、お客様から嫌われるだけである。

営業マンに必要なのは説得や売り込みの技術ではない。ではどのような技術があれば良いのであろうか？それは一言で言えば、お客様の言葉を、お客様の考えや悩みを、お客様の抱えている問題や課題を深いところで聴き取る力である。お客様の言葉をお客様の立場に立って、心をこめて聴き取る自分である。そのような自分を作っていくことが何よりも重要になってくる。

しかしながら、ダメ営業マンは根本的なところで「営業」というものを誤解しており、自己革新が出来ていないのである！！

