

経営改善のテーマである商品力・営業力・人材力・組織力・財務力のうち、財務力を除く4つのテーマについて、毎回、建設会社の具体的な実践事例をあげながら、改善手法を解説していきます。

【営業力】

五まめ、五力を徹底する

～顧客接点を強化せよ～

外部環境が厳しくなるとお客様との対応力を上げることで販売促進しようと考え、また建設業では「全員営業」という掛け声のもと、いわゆる営業マンに加えて、現場で働く技術者や事務所で働く事務員も含め、全員で営業活動しようとする。しかし掛け声だけではうまく進まず、掛け声倒れになる会社も多い。今回は営業力を上げるため、お客様対応力アップの決め手として「五まめ」「五力」を紹介しよう。



ハタコンサルタンツ株式会社代表取締役
NPO法人建設経営者倶楽部理事長

降籬達生氏

1961年兵庫県生まれ。大阪大学工学部土木工学科を卒業後、総合建設会社へ入社。95年に退社し、99年ハタコンサルタンツ株式会社設立。建設業の経営改革や原価管理の支援コンサルティングなどを手がける。著書に「今すぐできる建設業の原価低減」(日経BP社)、『技術者の品格』(ハタ教育出版)などがある。
<http://www.hata-web.com/>

撮影/鈴木伸之

「五まめ」で顧客との接点を創る

「五まめ」とは、まめにお客様との接点を持つことで、対人関係を深めようとするものである。

「人たらし術」ということばがある。思いのままに人間を虜にする方法のことだ。豊臣秀吉や本田宗一郎はその代表だと言われている。周りの人を引き寄せる魅力——その秘訣は何だろうか。それは、与えることだ。求めることで魅力は失われ、与えることで魅力が増す。与えるのはお金やモノに限らない。まめに、相手に満足感を与えることである。相手の本能的衝動を満たすことができれば、それ

も与えることなのだ。相手の本能的衝動を満たすための五まめを紹介しよう。

(1) 出まめ

お客様にまめに会うことだ。ただし、やたら顔を出すことは逆効果を招く。「今会いたい」という相手の本能的衝動に応えることが重要だ。

困っている時にすぐに駆けつけること。「陣中見舞い」として相手が大変な状況である時に顔を出すこと、などを心がけたい。

(2) 筆まめ

体は一つなので、いつも、どんな人にも顔を出すことは物理的に限界がある。そんな時に有効なのが、手紙や葉書を書くことだ。近

年、メールや携帯電話が多くなっているが、手紙や葉書の効果は格別。人は、手

間暇かけたものに愛着を持つという本能的衝動があるからだ。

これは、店で販売しているケーキより美味しくなくても、手作りのケーキに感動してしまうのと同じこと。

また、受け取った葉書や手紙には必ず返事を書く、名刺交換をしたら葉書を出す、誕生日カードを出す……などは、筆まめの鉄則だ。

(3) 世話まめ

ここでいう「世話」とは、贈り物をしたり、体を使ってお手伝いをするなどで次のようなことをいう。



手書きの葉書が気持ちを伝える。

現場周辺の清掃は営業活動の一環でもある。

(4) 電話まめ

電話で直接話をすることは親密感アップに役立つ。用件のある電話はもちろんいいが、用件のない時の次のような電話もまた、重要視されたいという人間の本能的衝動に呼応している。

「もしもし、お元気ですか。特に用件はないのですが、声が聞きたくなって電話しました……」

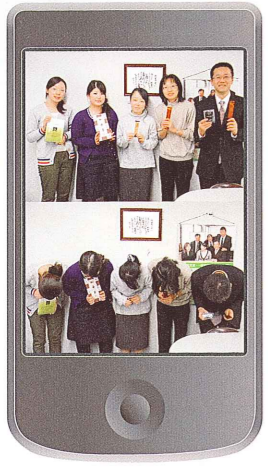
その他、お客様から「入金いただいたときのお礼電話も重要である。」

また最近では携帯電話が普及してきたが、相手が電話に出られず留守電になった時には、必ず声を聞かせよう。逆に電話がかかってき出ることができない時には、携帯電話に自分の声を吹き込もう。いずれも声のプレゼントだ。

(5) メールまめ

メールは手間がかからないからこそ、内容には留意したいもの。大切な用件は直接会って話した方がよいという意見もあるが、それは、メールだと乱暴で無機質に感じられてしまうからだ。

一方、直接会って話す方が乱暴になってしまうこともある。つい



お礼の画像を添付してメールで送る

感情的になることもあるだろう。その点、メールであれば何度も読み返し、相手の気持ちを考えながら冷静に書くことができる。大切な用件だからこそ、メールの方が良いこともあるのだ。

また添付写真を活用すると、メールは他の手段よりも優れたコミュニケーションツールとなる。例えばコンクリートを打設している時、打設状況を携帯電話で撮影してそのままメールでお客様に送信すると、お客様は現場の様子が見てわかりとても安心する。コンセントの位置や仕上げの方法などの相談も、メールに写真を添付することで速やかに実施することができる。

何かのお祝いで贈り物をした時に、相手に届いたかどうか、もしくは喜んでいただけたかどうかかと思うことがあるだろう。そんな時、贈り物を笑顔で受け取っている様子がメールで送られてきたらうれしいものだ。手軽にできて相手に安心を伝えることができるメール活用方法である。

「五力」で顧客接点を強化し受注につなげる

「五まめ」で顧客接点を創ったら、次に「五力」でそれを強化し、受注につなげていく必要がある。

(1) 親密力

親密力とは、お客様との親密性を高める力である。お客様との関係性を深め、今後も面談をできる

関係を築くことが大切だ。

話し手が聞き手に与えるインパクトの3要素は「見た目」「声」「話す内容」だが、見た目と声で第一印象の93%が決まると言う。見た目の清潔さや自信ある響きの第一声が、親密力を高めるには欠かせない。

(2) 調査力

調査力とは、相手が何を望んでいるかを探る力である。そのためには、傾聴能力が必要だ。

調査とは、お客様が直接要求された要望(ニーズ)と、お客様が直接要求されていないが潜在的に欲している欲求(ウォンツ)を形にすることである。

例えばお客様から電話があり、宅地造成をして欲しいという内容であったとすれば、造成することが要望(ニーズ)で、宅地をい条件で販売したいというのが欲求(ウォンツ)である。その上で、お客様と自分自身の共通課題を明確にすることが大切だ。

(3) 提案力

相手と自分との共通課題を「提案書」の形にまとめることである。創造力、発想力とともに文章力も欠かせない。具体的には、技術提案書、企画書、設計変更書、見積書、図面などを作成することになる。お互いの共通課題に整合しているかどうかが重要だ。また、提案書が一人歩きしても大丈夫な内容にしなければならない。

(4) 表現力

作成した「提案書」を相手の心をつかむように表現する能力だ。プレゼンテーション能力とも言われる。

相手の心を掴むためには、「提案書」の棒読みではダメだ。表現力を高めるには次の3つのポイントに留意したい。

- ① 起承転結の構成にする
- ② 視覚に訴える
- ③ 自己開示する

(5) 交渉力

相手と自分の要求内容の相違を解決して合意する力である。

- ・相手の情報を得ておく
- ・決して譲ってはならない原則を明確にする
- ・譲歩できることを事前に挙げておく
- ・チームで交渉する場合、役割分担を決めておく
- ② 心理的アプローチ
 - ・ハロー効果(資格や血筋などの後光を活用する)
 - ・レジリエンス(決してあきらめない能力を身につける)
 - ・説得者要因(「あの人に言われたなら仕方ない」と言わせる人間の魅力を身につける)

以上、「五まめ」「五力」を身につけることで、営業力を向上させ、業績をアップさせることができる。1つずつ実践していこう。

■交渉準備シート

交渉相手の情報
譲ってほしくない原則
譲歩の選択肢
チームの役割分担