

営業にとって人より動くことは必要。

でも、**打率**が高くなければ意味がない

—人と同じやり方ではなく、**違うやり方**を模索する

聞き手／山口哲史 (株) プロアクティブ代表

(株) ペリエ代表取締役社長

和田 裕美

先見
トップ・インタビュー
TOP
先見
interview

今回も前回に続き、和田裕美さんをゲストにお送りします。アパレル業界のOLから、営業という未経験の世界に飛び込んだ和田さん。その彼女が〈営業〉として成功した秘訣は、どこにあるのか。和田さんの〈営業草創期〉について伺います。



営業の基本は モチベーションの維持

山口 さて、和田さんはアパレル業界から、営業へと転身されたわけですが、最初はいかがでしたか。

和田 フルコミッションでしたから、自己責任の部分が強く、与えられるノルマではなく、自分の目標数値をノルマとして出せました。

ですから、週に1本という人がいれば、10本なんて人もいました。その立てた目標を達成できない場合は、上司から詰められるわけです。正直、辛かったときもありますね。

山口 営業経験なしだったわけですが、どのように実際の営業をされたわけですか。

和田 はじめはリストを前に電話営業をするんですが、「いりません」ってガチャッと切られる。それを周りの人はコツコツとやっている。

不思議に思いましたね。なぜ皆、断られても、次の瞬間には気分を変えて電話できるんだろうと。私には、

できませんでした。

山口 よく辞めませんでしたね。

和田 私の場合、書店で行うキャンペーンでの営業がうまくいったことが大きいですね。本屋さんの前で立つてアンケートをとり、その後のアポイントメントをとるといったものです。

山口 電話と違って、対面で人と話せますね。

和田 はい。それで書店に行きだして、1カ月ぐらいでアポがとれたりして……。もともと、最初はなかなか成果につながりませんでした。でも、人に説明するプロセスなどは、そこから学べたと思います。

山口 人と「会う」方が、和田さんらしさが出たんですね。

実際、営業は見込み管理も含めて、お客さまとの接点を数多く持つ必要があります。そのためには人一倍、努力が必要だと思えますが、和田さんが成功された理由はどこにあると思いますか。

和田 「やり方を変えたこと」ではないでしょうか。

「営業マンにとって行動量が一番」ということは外せない要素ではあるんですが、「打率」が高い人でなければ意味がありません。

例えば100人に営業して成約が

2人だとすると、98人に断られていることになります。そうした人が行動量を増やしても、断られることが多くなるだけです。そうになると、断られるイメージだけが増し、ネガティブになってしまいます。

山口 マイナスの意識が強くなると、行動にも影響が出ますからね。

和田 はい。ですが、仮に10人に営業して9人取ることができる人ならば、人の半分以下の動きで済む。すると当然、プラス思考になります。

山口 確かに。

和田 私は、営業の基本は「モチベーションをいかに、どこまで維持できるか」にあると考えています。ですから「イエス」が多い方がいい。もちろん、人より動くことは重要ですが、打率がよい人が動くことが前提なのです。

〈獲物を狙う目〉で 顧客を見るな

山口 和田さんは、どのようにされたのですか。

和田 人より足を運ぶ、電話を多くするといった、人と同じやり方、上司に指示されたやり方をするのではなく、違うやり方を模索しました。

山口 具体的には……。