



営業の効率化: 反対意見を克服する

eBook

営業の効率化： 反対意見を克服する

どんな販売状況においても買い手が買う決断をする前の障壁を取り除く必要が出てくるでしょう。反対意見への私たちの「対処」次第では、買い手に買う気を失わせてしまうことがよくあります。反対意見を効果的に解決する過程においては注意深く、丁寧に相手の意見を聞くこと、そして、買い手の懸念に対して前向きに事実在即した反応を示すことが求められます。

買い手の反対意見はいつも論理的であるとは限りません。反対意見は感情的なものに由来している場合が多いのです。長期的な関係構築を望んでいるのであれば、顧客のニーズおよび顧客の購買意欲の障壁に対応する必要があります。



1 反対意見に耳を傾けることは非常に難しい場合があります。営業マンはみな対処できないほどの反対意見にさらされていますが、私たちも常に反対意見を耳にしています。買い手が何を言おうとするのか、自分がどう反応するか、分かったつもりでいる場合がよくあります。一般的な障壁は聞き慣れているため、話を途中までしか聞かずに話に割って入ろうとしがちです。このような状況では、一度、営業プロセスの速度を緩め、理解のために話を聴く、そして買い手側の立場から反対意見を見つめてみる、ということをしてみましょう。

2 クライアントが反対意見を述べる時、下記の4通りの受け取り方をすることができます。

- 相手が言っていること
- あなたが聞いていること
- あなたの解釈したこと
- 実際に意味すること

クライアントの懸念に答える前に、あなたとクライアントの双方が実際の懸念事項が何なのかをはっきりと理解することが肝要です。反対意見を勝手に解釈してしまわないように気をつけましょう。なぜなら、もし解釈が違った場合にあなたの対応は的外れになる可能性があるからです。

3 受け止めは、見込み顧客の話に耳を傾け、反対意見を聴き、その重要性を認識した事実を認めている、という表明です。買い手が反対意見を述べた時、あなたの最初にとる行動はその反対意見を受け止めることでなければなりません。受け止めは、賛成も反対もしませんし、反対意見に答えることもしません。

受け止めの例:

反対意見: この価格は思った以上に高いですね。

クッション: 本投資へのご指摘ありがとうございます。

反対意見: 現行のプロバイダーで満足しています。

クッション: そうですね、今お使いのプロバイダーで満足されていますよね。

反対意見: 私の部下は現在活用しているプロセスに何の反対意見も持っていません

クッション: そうですね、部下の方には常に満足していただきたいですね。

反対意見: 現時点で変化を起こす環境が我々には整っていないと思う。

クッション: 適切なご決断を適切な時期に下したいお気持ちは分かります。

4 あなたの示す反応は、実に様々な要因、例えば、買い手との関係、関連する利益、買う見通し、などによって決まります。しかし、反対意見に対する最善の反応方法の一つは、証拠です。証拠ほど疑惑に勝る(DEFEAT)ものはありません。

D	Demonstration	(実証)
E	Example	(実例)
F	Fact	(事実)
E	Exhibit	(証拠)
A	Analogy	(例示)
T	Testimonial	(証明)
S	Statistics	(統計)

5 あなたは、買い手の反対意見をうまく克服したと確信していませんか? しかし、重要なのは、買い手がどう思っているかなのです。先に進む前に、ここでいったん立ち止まり、買い手が購入へと進む用意が本当にできたかどうかを聞いてみましょう。

例:

これでリース払いに関して納得いただけましたか?

いかがですか?

これでご心配はなくなりましたか?