



No.56

# オール電化 & 太陽光 ビジネス塾

## 会社に必要な3つの要点と感謝される「八百屋トーク」



倉田豊治(くらた・とよじ) 株式会社サンユウ専務取締役。オリックスに4年、日本興産に10年間営業マンとして勤務後、99年サンユウ創業。当初は本当に売れない日々の連続で、2月の-2℃の中寒さで死にそうになったり、カードローン地獄も経験する。オール電化普及で次第に売れはじめ三菱電機・東芝などの関東地区販売実績で度々第1位を獲得。最近では文化放送・ニッポン放送などのマスコミにも出演。FMで毎週火曜日にビジネス番組も持つ。日経ホームビルダーなどの取材も受ける。現在、自身の経験を元に「いくつかのルールを守るだけで凡人でも短期間でダントツの成果を上げる営業ノウハウ」をテーマにビジネス塾を主催講演中。



会社経営には次の3つのことが必要です。①栄養の補給、②安心・安全・安定、③排出です。

①の栄養の補給とは、給料や保養所などの福利厚生を指しますが、給料が一番大きいですね。誰もボランティアで働いてくれるわけではなく、毎月の給料をもらうために働いている部分は大いにあります。

②の安心・安全・安定というのは、人間に根本的に備わっている欲求です。やはり地震で大地が揺れると不安になるのと同じで、経営基盤がしっかりしていない会社で働くのは不安です。

また、人がコロコロと辞めたり、入ったりする状況も、安定しているとは言えません。むしろ会社が安定していないから、人が辞めてしまうのです。

人間は面白いもので安心や安定していない状況では、2つの行動をとります。ここにいたくないと思って辞めてしまうか、もしくはしがみつくなのどちらかです。

例えば、夫婦仲が悪い家庭のお子さんも同じように、2つのパターンをとります。一

つが「ひきこもり」です。家庭が揺らいでいるので不安になり、しがみつこうとするのです。地震で大地が揺れたときに、モノや大地にしがみついてとどまる行動と同じです。

会社が「ひきこもり」ことはありませんが、「うつ」というのがあります。うつになった社員が出かけたきり、公園でぼーっとしているなどがそうです。何もせずに、しがみついている状態です。

もう一つは暴れたり、家を出ていくという行動です。会社の場合、社員が辞めていくことと同じです。会社も家庭も同じですが、やはり安定や安心、安全は大切です。

訪問販売業者でよく見かけるのが、社員がいつもびくびくしている会社です。社長と話すときは直立不動になって、いつも怒られるのではないかとおびえているのです。こんな会社に安定感や安心感なんてまったくありませんよね。

もちろん、友だち感覚で仕事をしろということではありませんが、極端に緊張を強いられるような状況は、決して良いものが生まれません。

③の排出とは何でしょう。企業で必要な排出とは、言いたいことが言える環境です。「社長のやり方まずいよな」、「部長のやり方まずいよな」と思っても、何も言えなくて黙って見過ごすような環境は、会社にとっても決して良くありません。

### ●図1 会社経営の3つのポイント

栄養の補給	=	給料の支払い
安心・安全・安定	=	人が辞めない
排出	=	言いたいことが言える環境

言いたいことを言わずに黙っていて、結局失敗してしまうケースはよくあることです。言いたいことが言える環境づくりは大切だと思います。

栄養の補給、安定・安心、排出という3つのことは、実は人間の身体と同じなのです。人間の摂理に合った会社経営は、ストレスや無理が生じないので、かえって効率的になるのです。

ちゃんと従業員に給料を支払う。働けばしっかりと給料がもらえるという栄養の補給。こういう安心感があるからこそ、頑張っているのです。

そして、言いたいことが言える環境です。もちろん言い方などのルールは守ってほしいですが、間違っていることを黙って見過ごすのではなく、ちゃんと間違っていることは間違っていると指摘できる環境づくりは重要です。

### 鎧を脱ぐことの大切さ

さて、話は変わりますが今回はもうひとつの話題を提供しましょう。先日、お客とのトークの相談を受けていたときに、面白いことを発見しました。「売り込み」だと思われる商品の伝え方と、「お客さまが嬉しく思う」商品の伝え方の違いについてです。私は「セールストークではなく、八百屋トークをしろ」とよく言っています。

例えば、既存のお客宅に伺うとき「お忙しいところ失礼します」と言うとセールスマンっぽいですがね。セールスマンだと思われるトークはセールストークです。

一方で「こんにちは～！ 毎度っ！」と八百屋さんっぽく言うと、セールスマンが来たとは思わないですね。

前者の「お忙しいところ失礼します」で

### ●図2 八百屋トーク

#### 《セールストーク》 お客が構える

「この度わたくしども期間限定のキャンペーンを企画しております、通常〇〇のところを今回特別に〇月〇日までお申し込みいただくと～」

#### 《八百屋トーク》 お客から感謝される

「奥さん！ 白菜、買っていきな。今日は特別に100円ポッキリであげちゃうよ！」

は、聞いた瞬間にお客さまはバリアを張ります。しかし後者の「こんにちは～！ 毎度っ！」と言われると、聞いた瞬間「ん？ 誰だろう？」と興味を持ちます。

商品のトークもそうです。「この度わたくしども期間限定のキャンペーンを企画しております、通常〇〇のところを今回特別に〇月〇日までお申し込みいただくと～」などといったセールストークだと、「話に乗せられないように気を付けよう」とお客は構えてしまいます。一度は商品を購入した既存客であっても同じでしょう。

それが「奥さん！ 白菜、買っていきな。今日は特別に100円ポッキリであげちゃうよ！」と八百屋トークにすれば、「エッ？ そうなの？ ありがとう!!」と感謝されます。

片や商品を勧める話をするすると警戒されて、片や感謝される。この差は、小さいようでとても大きいです。

つまり、商談が上手くいかないのは説明が下手だからではなく、自らが鎧(よろい)をかぶって話しているからです。

この八百屋トークを伝授したある営業マンから「八百屋トークに変えてからありがとう、と何人ものお客さまに言っていただきました」と報告がありました。たくさんのお客から「ありがとう」と言われれば、自然と仕事も楽しくなります。