

なぜ、あの人の話し方だと売れるのか？

『営業は感情移入』に学ぶ

いま、営業担当者は「1人当たりの生産性」を上げると会社側から責められている。しかし、景気低迷は続き、目標達成は叫びたい。が、そんな混迷を打開する技術がある。「顧客に感情移入すること」それが答えだ！

同時発売!



木村タカヒロ=イラストレーション

九割が「営業センス」を重要視している

営業の世界において成功するために必要な要因とは何か？

「営業センス」と答える。売れる営業担当者は「後に営業センスがある」と称えられ、売れない営業担当者は「あいつは営業センスがないからダメだ」と評される。実際、営業マンを対象に行った意識調査で「営業センスは重要だ」と思いますが、下位に「はい」、「はい」と答えた人は約八八%、「いいえ」と答えた人は約六%。残り一四%は「どちらでもない」であった。実に九割近くの人々が「営業センスが重要」と考えているのだ(図1)。

では「営業センス」とは何か？「営業センス」とは「はい」と答えた中から五〇人を選び、「営業のセンスとは何ですか」と追跡調査をかけてみた。果たしてその結果は、誰も明確に答えることができなかった。つまり、多くの人にはそれが何を意味しているのかよくわかっていないに違いない理由で「営業センス」に求めているのである。

営業革新のノウハウエッセンスとして、営業のあらゆる側面を科学的に解明することを使命とする私たちがカーナールプロダクトでは、この「営業のセンスとは何か？」という問題の解明に長

感情移入できない

「顧客の表情の変化に注目している」「常に顧客の顔の中を想像している」……

トップセールスたちへのヒアリングから、これまで科学的に定義できないとされてきた「営業センス」の正体が明らかになった。

カーナールプロダクト代表取締役
横田雅俊
Masaroshi Yokota

バカ売れの秘密は「感情移入」にあり

「顧客の表情の変化に注目している」「常に顧客の顔の中を想像している」……

トップセールスたちへのヒアリングから、これまで科学的に定義できないとされてきた「営業センス」の正体が明らかになった。

カーナールプロダクト代表取締役
横田雅俊
Masaroshi Yokota

トップセールス調査で判明した「営業センス」の中身とは

11月9日同時刊行『営業は感情移入』は全国書店で発売中!



in a down market

人の結論!

なぜ、あの人の話し方だと売れるのか?

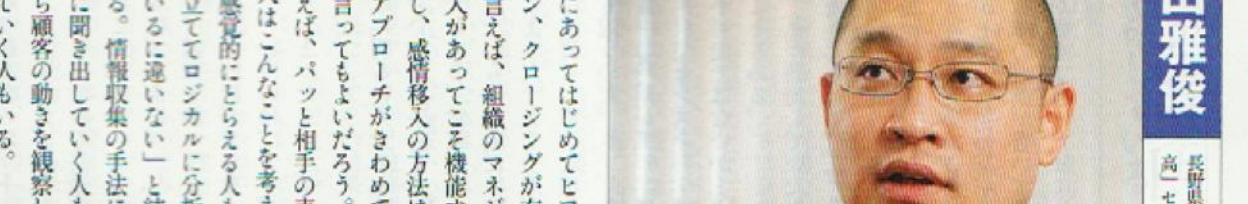
「感情移入」とは、顧客の感情に寄り添うこと。顧客の感情に寄り添うことで、顧客の感情を理解し、顧客の感情を動かすことができる。顧客の感情を理解することで、顧客の感情を動かすことができる。顧客の感情を理解することで、顧客の感情を動かすことができる。

感情移入すべき相手は複数いる



「似て非なる」感情を読む。感情を読む ≠ 感情移入。この人はこう思っているのではないかと推測。自分と同じ立場ならこう感じ、こう思う。相手の立場や感情に寄り添う。

顧客のパートナーとなるための条件



感情移入できない人はすべてが後手にまわる。感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

人間はロジックだけで動いていない

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

感情移入できない人はすべてが後手にまわる

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

感情移入できない人はすべてが後手にまわる

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

感情移入できない人はすべてが後手にまわる

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

感情移入できない人はすべてが後手にまわる

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

感情移入できない人はすべてが後手にまわる

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

感情移入できない人はすべてが後手にまわる

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。

感情移入できない人はすべてが後手にまわる

感情移入できない人は、顧客の感情を理解できず、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。結果として、顧客の感情を動かすことができない。