

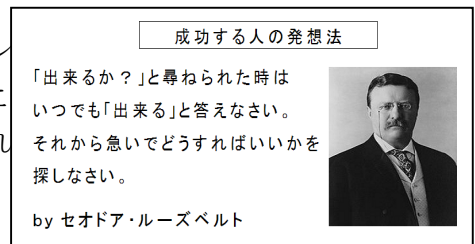
「目星」をつける

1. 「目星」から始まる

右掲は、アメリカの第26代大統領であるセオドア・ルーズベルトの言葉です。お客様や上司の「出来るか？」に対して、あなたは、どのように応えているでしょうか。多くの方は、「いやあ、それわねえー」と言っ、経験がない事を誤魔化しながら、チャンスを逃がそうとする傾向があります。確かに、「知らない」という事も大きな事実なのですが、しかし、「知らない」と言っても荒唐無稽な事柄を「出来るか？」と投げかけて来ている訳ではないのです。「出来る」という期待を込めて訊いて来ているのです。

右下もルーズベルト・大統領の言葉ですが、「出来る」と応えたら、「目星をつけて、地に足をつけた探り方をせよ」と言っているのです。「目を星に向け」というのは、「広く世間を見渡して」という意味につながり、「目星」＝「手掛かり」となる物を見つけて、実際にアプローチを始めると「目的」に到着しやすくなるのです。「雲をつかむような話」というフレーズがありますが、全く手掛かりがなければ動きようがないのです。例え、それが正解ではなくても、似たような所があれば、その周辺に解が潜んでいるかも知れないのです。ともかく、相手に迫って、余りにもトンチンカンな話でなければ、ぶつかって見る事が重要なのです。

この辺をセオドア・ルーズベルト大統領が「出来る」と答えてから「どうすればいいかを探しなさい」と表現しているように思います。私は、断定的に「出来る」という自信がないのなら、「探してみます」でも構わないと思います。



目を星に向け
足を地につけよ

2. 「販促の5ステップ」

最近では、大抵の事はネットで調べると手掛かりが見つかるものです。大変ありがたい時代なのですが、こういうネット時代でも「人」という存在が大きく、メールよりも電話、電話よりも面談という風に、関係度が蜜になるほど「親身」になってくれます。右掲は、販売促進の時に、チェックする「販促の5ステップ」と呼んでいる尺度です。「売り手」は、1～5の順に考えるのですが、「買い手」は、逆に、5～1の順に見るのです。これでは、価格が全てのようなのですが、「探す」には、1から順に考える事が重要なのです。

まず、「同一性」という言葉がありますが、同じ要素を共有しているという事が重要であり、具体的には、「〇〇さん」という風に、より具体的にイメージする事が重要なのです。相手が「どんな人」と特定しないと焦点がボケたものになってしまうのです。次に、「親身性」です。例えば、相談するにしても自分の「利益」だけを追求するのではなく、相手にも「利益」が大きい事がキーになります。3番目の「信頼性」は、非常に重要です。「商品」の信頼性、「会社」の信頼性、「担当者」の信頼性と並びます。序列的には、「商品」>「会社」>「担当者」となるのですが、「担当者」＝「自分」という事に置き換えて、自分の「信頼」を客観的に認識することも非常に重要な事なのです。4番目は、「価値」です。カンタンに言えば、お客様が期待する(定性的な)度合を、最終的に(定量的に)金額で表現する必要があります。

よく、4番と5番を合わせて、お客様は、物事を判断する基準は

$$\text{「判断基準」} = \frac{\text{「価値」(V)}}{\text{「価格」(C)}}$$

と表現します。見えない「価値」を総合的に、しかも、お客様は主観的に判断しますので、「価値」

販促の5ステップ

1. 同一性
2. 親身性
3. 信頼性
4. 価値性
5. 価格性

をハッキリ訴求することが急務になります。カンタンに言えば、「価値」＝「欲しいと思わせる」という事が重要なのです。この点を押さえた「探す手掛かり」が多い方が有利なのです。

3. 「7人の友達」

「目星」をつけるのに「人」を頼りにするのは、非常に有効的な方法なのですが、お客様の要求という場合、いろんなお客様が存在するので、相談できる「人」が多い方がよいのです。異業種交流会が盛んに行なわれていますが、このような交流で「不足」する部分を補って頂ける「人」を見つけておく事が重要になります。

「7人の友達」という言葉は、トヨタ自動車の方から教わった言葉ですが、いろんなタイプの友人を多く持てという教えのようです。「販促の5ステップ」にも1番目に「同一性」という項目があるように、誰も同じグループの方々と交流する方が居心地よいので、偏ってしまいがちなのです。この偏りを排除するのに「7人の友達」と表現している点もあるのです。

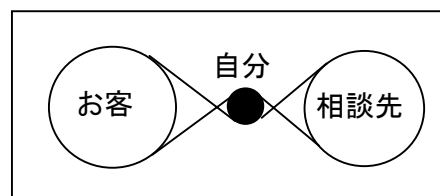
ともかく、「目星」をつけるには、多くの方を知っている方が有利です。何かの「情報」に接して、「この人」と浮かぶ事が「動き」をメイクしてくれるのです。まさに、「目を星に向け、足を地につけよ」というルーズベルトの言葉の実践にも「多くの味方」がいる方が有利なのです。ところが、意外にも、仕入先ばかりを探し、得意先にそういう技術があっても気づかずに見過ごしてしまうケースがあります。「灯台もと暗し」と言いますが、身近なお客様も「情報源」なのです。

4. 「即行動」

お客様(上司)の「出来るか?」という問いに対して、「出来る」と回答するのがベストなのですが、なかなか、そうも行かないケースが多いので、大抵は、「当ってみます」という風な前向きな回答して、関心を引きとめておく必要があります。あいまいにしていると他の方にも問い合わせるので、早期に「目星」をつけて、前向きな状況報告を入れておく事が重要です。「ボール」を握っておく事が大切なのです。

しかし、その反面、「目星」が狂うと大変な事になるので、「相談」をする相手の信頼性を確認しておく必要があります。相手をよく知っておく事なのですが、なかなか、外部から全てが見える訳ではないので、平素からのお付き合いが重要になって来ます。そういう意味でも「7人の友達」という人数感「妙」を得ています。

信頼できる人でも、ややの方でも、「齟齬」がないようにする為には、即行動が重要ですが、その前に、お客様の「出来るか?」を咀嚼して、相談を持ちかけないと2重に「齟齬」が発生するのです。この意味でも、「相談者」を担保にして、お客様の「出来るか?」を再確認する必要があります。中間に入るといふ事の責任の重さなのです。このように、「丸投げ」では、うまく行くとはいえないので、右図のように、両者の間で、自分を小さくして、小まめに回転数を上げる必要があるのです。この「労」を惜しんでは、うまく行かないのも仕方がないのです。



このように、お客様の「出来るか?」を実現する事は、自分も非常に「汗」をかくので、よい「経験」となり、同時に、「信頼」という面でも、お客様と相談先にも勝ち取る事ができるのです。現実的に、「出来る人」という方は、こういうタイプの方が多いのです。いろんな相談先を持ちたいものです。