

## 飯島賢二の『恐縮ですが・・・一言コラム』

### 第 119 回 売れるセールス、一言原理～やるか、楽するか、どっち？

「売れるセールス・売れないセールス」と言った類の本が、最近ポチポチ売れているようである。「売れるセールスマン」は、一体何が違うのだろうか...彼らの行動様式や心構え、話し方や持っているツール、果ては着ている洋服に至るまで、懇切丁寧に書き記されている。こんなことを、今時、あるいは「コンピテンシー」というのかもしれない。この通りみんながやったら、「売れないセールスマン」がいなくなり、「売れるセールスの本」が売れなくなってしまう...なんて心配は「天邪鬼」、それでも「売れないセールスマン」が沢山いるのだから、世の中、うまくできている。

「売れるセールスマン」は人と同じことをやっていない。人の3倍動き、人の3倍勉強し、ずば抜けて「時間繰り」のうまい人...小生、考えるに、実はこの一言で終わってしまった。いわば「売れるセールス一言原理」である。

「物」を、一生懸命売ろうとするから、有り余っている現代で、誰も余計に欲しいとは思わない。究極のところ、彼らは顧客の「心」に「自分の心」をコミュニケーションしているに違いない。結果、「売れる」のである。

だから、パンフレットや販促ツールたるもの、彼らには必要ない。ゆえに、いつも彼らのカバンは薄い。「資料は私です」と言い切ってしまうほど、扱い商品には自信を持っている。重そうなカバンを持ち歩いているセールスマンが、トップだったという例、見たことがないのはその好例だろう。

商品という「物」を売ろうとしないから、正面からお客様の「顔」を見ることができる。目を見、フェイス・トゥ・フェイスでお話ができるから、顧客の「心」が見えてくる。その心の中に、自分の心をいかに組み入れてもらえるか、ここが彼らの勝負時となるのだろう。その勝負勘の鋭さは、いくら「本」を読みあさっても、習得できるものではない。「売れるセールス一言原理」に基づいた、絶え間ない努力というしかないと思っている。

この努力をしない連中が、恐らく「売れるセールスの本」を買っているのだろう。

勝負をする前から、逃げている。何もやりもしないで「大変だ!」と騒ぎまくり、拳句の果ては、自分だけが不公平とばかり、ぼやき、あるいは悩んだりもしている。こんなもの、悩みでも何でもなし!!昔は、余計な、難しい事は言わないで、単に「責任回避」とだけ言ったものだ。「不況のせい、政治が悪い、上司が馬鹿だ、」...この手の連中に限って、できないのは全て「人」のせい、自分だけが「可哀想」で仕方がない。せいぜい、やったつもりになって「売れるセールスの本」を何冊も読むがいい。

努力は自分との戦い、やるか、楽するかだけのことである。