



曾根田通信

第27号

平成29年2月

株式会社追客力 電話：03-4455-9265 F A X：03-5539-4783

■■■この曾根田通信は、私がこれまでご縁のあった方にだけ差し上げている個人通信です■■■
雪が一気に降ったと思ったら、あっという間に2月になってしまいました。1ヶ月経過して今年はまだ1ヶ月。まだまだ時間はあると思っていると、いつの間にか年の瀬になりそうです。

◆ 小松菜収穫体験 ◆

私が住む江戸川区は、小松菜が有名です。たまたま収穫体験の募集があったので、息子の体験のために応募したら当選。私自身も人生初の小松菜収穫体験を年末から1月にかけて行いました。

自転車で20分ほどのところにあるビニールハウスが収穫体験の場です。入ってみると家族ごとにエリアが決まっていて1ヶ月の間に取ればよい仕組みです。自分たちの小松菜エリアに行ってみると、かなりの広さにびっくり。4メートル四方の広さの畑です。当然、1日ですべて持ち帰ることができない。図らずとも1月は毎週末、小松菜収穫に行くこととなりました。



小松菜という副菜のイメージが強いと思いますが、まさにその通りでなかなか消費できません、ご近所に配ったり、親戚に配ったりとしましたが、それでも全然余ってしまいます。私の家では毎日、小松菜の胡麻和えが、毎週末に小松菜のグラタンが食卓にあがるように。最近は野菜が高くなっているようで、家計の足しになったようです。

息子も1月の末にはかなり上手になり、大きな戦力に。帰り道に飲む暖かいミルクセーキがお気に入りになったようでした。

区では収穫体験だけでなく、畑そのものの貸し出しもやっているようですので、応募してみようと思います。

◆ 初のプロレス観戦 ◆

1月頭に初めてプロレスを生観戦しました。プロレス好きではないのですが、せっかくお誘いいただいたので、観戦させてもらうことにしました。



行ってみて驚いたのは意外と女性客が多いこと。最近の選手はイケメンも多いようで、人気の火付け役となっているようです。

初めての観戦は東京ドームの3階席。残念ながら選手の顔はほとんど見えません。それでも周囲の熱狂は凄まじい。私が何より驚いたのは、対戦中の音。打撃音です。マイクは使っていないと思いますが、ラリアットや、鉄パイプで叩く音が3階席まで聞こえる。近くで観戦していたらどんな音が聞こえるのだろうと、否が応でも考えてしまいます。

昔、柔道をやっていた私としては久しぶりに体の中に湧き上がる何かを感じました。

◆ 息子と雪かき ◆

1月の積雪はすごかったですね。翌朝、路面凍結が怖いので、自宅前を雪かきすることにしましたが、息子も「やりたい!」というので一緒にやることにしました。

初めは小さなシャベルで雪かきをしていた息子。私が大きな鉄のスコップで大量に雪を寄せていると、「それ使いたい」というので貸してみたところ、雪をすくった状態でもしっかりと持ち上げ、わきに寄せることができていました。大人の女性でもきつい作業なので、驚きました。まだまだ小さいと思っていなくても、子供は成長していくものですね。

楽しくなった息子がどんどん雪かきをしていると、近所の方々もスコップ片手に雪かき。見える範囲の道路ではすべて雪かきが済んだ状態になりました。



誰か率先してやる人がいると、後からついてくる人が多いものですね。仕事にも通じるような気がします。一番初めにやるのは大変ですが、そんな人がいるから次の人が続くものだと気づかされました。

◆ 追客サプリ ◆

ー アウトバンド vs 紹介 ー

ある日、突然メールが

1ヶ月前のある日、以前取引のあった会社の担当者の方からメールをいただきました。知り合いが社内異動で、営業責任者になったということ。そして、弊社で提供しているアポジョーズを紹介したら興味をもったから連絡してほしい、ということでした。

正直言って私は驚きました。

一般的には、途中で利用停止したサービスを、他の会社の人に紹介するのは、ビジネスの常識ではありえないことです。なぜなら、何かしらの問題や課題があった、あるいは費用対効果が合わないためにサービスを停止したのでしょうか。それでも弊社を紹介してくれたのです。

私どもとしてはご紹介いただいたことに感謝するとともに、紹介者の方の顔に泥を塗るようなことは絶対にできない、しっかりと提案しよう、という気持ちでいっぱいになっています。

でも、なぜ紹介してくれたのでしょうか。様々な理由がある中で、このニュースレターが一つの理由かもしれません。弊社のことを覚えていてくれたのかもしれない。

営業効率が悪いアウトバンド営業

営業の仕事をしたことのある方であればご存知だと思いますが、アウトバンドといわれる、飛び込み、テレアポなどで新しい見込み客を探し出し、そこから売上を獲得する労力は、既存のお客様から同じ売上を計上する10倍以上、と言われていきます。

そこで、既存のお客様に力を入れよう、となるのですが、新規のお客様を増やさないとお客様が増えず、いつかは既存のお客様とのおつきあひも減っていきます。

この相反する矛盾に対して営業は日々、頭を悩ませ、試行錯誤をしています。

不動産・住宅業界の営業はアウトバンドが多数

不動産、住宅業界ではリピーターはいないとされています。住宅の購入は人生で1回か、せいぜい2回程度で何度も購入しないからです。すると、営業担当は契約するまではお客様を大切にす

るけれども、契約したらほったらかす「釣った魚に餌はあげない」という現象が起こります。

ビジネスとして手離れはよいのですが、お客様側からすると、人生で最大の買い物であり、今後の未来を託す住まいを入手したのに、その後ほったらかされた、という印象を持ちます。これは不動産・住宅業界のイメージがあまり良くない原因の一つだと私は考えています。

紹介の仕組みを作るメリット

不動産、住宅業界では前述の通り、釣った魚には餌をやらない傾向があります。それはリピートしないからです。でも「紹介」という切り口で考えるといかがでしょうか？多くの不動産、住宅会社では毎月、巨大な広告費をかけて見込み客を集めています。一方ですでに何度もお会いし、貴社を信頼して家を購入・建築したお客様から紹介がもらえるような仕組みに投資することにはほとんどしていません。

どちらのほうが、クレームが減り、集客・営業効率が高まるでしょうか。営業がやる気になり、時短に繋がり、定着率が高まるのはどちらでしょうか？

もちろん、すべての既契約者から紹介を得るのは難しい。中には半ば喧嘩別れになっているようなお客様もいるかもしれません。ただそれに固執しては何もできません。お客様からいろんな反応があることを覚悟し、まずは良好な関係にある顧客とのつながりを強めることだけでもいい。なにかしらやらなければ紹介はいつこうに増えていかないでしょう。

なお、私がここでお伝えするまでもなく、すでに実践されている会社様が多くいらっしゃいます。あるハウスメーカーでは紹介案件が50%という所もあるそうです。純粋に既存顧客からの紹介率であれば驚異的な数字ですが、業者紹介を含めたとしても、一つの目指すべき数字なのかもしれません。

なお、紹介という特質上、すぐに効果は期待できません。お客様との信頼関係を築いた結果、得られるもので、追いかけるものではありません。少しずつでもいいので、紹介が増える仕組みづくりに投資されてみてはいかがでしょうか？

◆ 今の上野「さんじ」 ◆

事務所から歩いて10分ほどのところに有名なラーメン屋。それが「さんじ」です。店長は元力士だそうで、店に当時の写真も載っています。現在



はジーパンに帽子という出で立ちで接客中。そんなラーメン屋さんは初めてでした。

お店はカウンターのみ10名ほどの広さ。メニューに味がありすぎて、なかなか想像できないメニューばかり。比較的イメージしやすい濃厚煮干しラーメンを注文。

ラーメンが運ばれてきて、まず、スープを啜ってみると、確かに濃厚で煮干しの風味。美味しい。次に麺を絡めて食べてみると、濃厚なスープと麺が絶妙に絡み合っていて、これも美味しい。美味しい美味しいと思いながら食べていたら、スープも最後まで飲みきってしまいました。

場所がわかりづらいのですが、ラーメン好きの方であれば、ぜひ一度足を運んでみてください。

◆ 今月の名言 ◆

限界を決めているのは自分。

限界なんてありません

井村雅代

(シンクロナイズドスイミング日本代表ヘッドコーチ)

日々の仕事に追われていると、今はここまでできないと考えがちになりませんか？そんな時、私はあえて、今ままで取り組んだことがないことを考えるようにします。そうすると、日々の仕事よりも大切なことや重要なことがヒョイっと出てくる時があります。本を読んだり、昔の方の自伝を読んだりするのも自分の可能性を広げる方法ですね。

人は思った通りになる、という言葉もあります。できるだけ、前向きでワクワクするような未来を想像していきたいですね。

◆ 今の本 「営業の魔法」 ◆

最近、再び営業の本を読んでいます。今回ご紹介するのは中村信仁氏著書の「営業の魔法」です。営業の仕事を経験された方であれば読んだことがあるかもしれませんね。今から10年前に出版された本です。



営業に魔法なんてあるわけないと思いつつ、Amazonで高評価だったので、とりあえず購入。買ったことすら忘れていてしばらく放置していました。年末年始に掃除していたら、たまたま手にとり読んでみたところ、とても読みやすい。2～3時間で一気に読みきってしまいました。

内容は売れない営業マンが、伝説の営業マンに育てられていくというストーリー。2～3時間で読み切れる、という内容が薄いと心配されますが、そんなことはありません。テレビドラマのように、12個の魔法が1ストーリーごとに紹介されています。具体的には営業担当の使命、あり方など精神論から、質問話法、応酬話法など具体的な営業スキルまで。すべてストーリーの中で実例を用いて描かれています。

個人的には、営業に悩んだ時に、読みたい本だと感じました。売れない時にこの本を読むと、自分の営業がどれだけ売れる側の視点で進めているのか、猛省する機会を与えてくれます。逆いうと、この本を読むだけで魔法のような営業ができるわけではありません。が、そのための考え方や必要なスキルの土台を築くことができます。

なお、この本には各スキルについての詳細な説明はされていません。紹介されたスキルを身につけた場合には、スキルに特化した別の本を読んだほうがいいでしょう。私はこの本の後に、質問話法の本を読みました。

営業の成績が芳しくなく、売れないと悩んでいる営業の方であれば、読みやすいですし、ぜひ一度読んでみてほしい1冊です。

～ 発行者コラム ～

・1/24 (水) から幕張メッセで開催された、営業支援EXPO春という展示会に出展しました。



これまでのニュースレターでもお伝えしている通り、すでに11月12月と

2回展示会に出展し、今回で3回目。かなり経験を積んだつもりで出展したのですが、今回は出展者のみなさん、気合が違いました。ブースの装飾から、配置する人員までかなりの予算をかけていらっやいます。

そんな中で弊社のブースはどうだったのか、というと、写真の通り、かなりシンプルです。ブースに立ち寄ったお客様にも「シンプルで、他のブースよりなんだか落ち着きます」と言われるくらいでした。おかげさまで多くのお客様にブースにお越しいただきました。

・あるフランスのオペラ歌手が必ず行くイタリアンがあるそうです。それがサイゼリヤ。どれだけ庶民的なんだと苦笑してしまいましたが、本家の方が支持しているのがサイゼリヤということなんですね。

先日、本八幡駅前を歩いていたら、たまたまサイゼリヤ発祥の店を発見しました。本当に良くある商店街の八百屋にある2階です。

ある外食産業の社長も、「他の外食チェーンはやれば勝てる気がするが、サイゼリヤだけは勝てない」とおっしゃっていました。そんなサイゼリヤもスタートはこのような商店街の一角の2回がスタートです。いろいろと思いを馳せましたが、頑張っていこうと思いを新たにしました。



・今号から紙面を増やし、見やすくするために2段構成にしてみました。いかがでしょうか？ご意見ございましたら soneda@follow-up.co.jp までおよせください。

◆ ありがとうのコーナー ◆

ここでは私、曾根田が最近お世話になった方に改めてお礼をお伝えさせていただきます。

工藤様…教えていただきありがとうございます！
松丘様…お写真、ありがとうございます！
中野様…親身なご対応、ありがとうございます！
森瀬さん…ご招待、ありがとうございます！
薦田さん…お立ち寄り、ありがとうございます！
岩本さん…お立ち寄り、ありがとうございます！
山本さん…お立ち寄り、ありがとうございます！
大越さん…お立ち寄り、ありがとうございます！
安藤さん…ご紹介、ありがとうございます！
吉田さん…いつも対応、ありがとうございます！
内田さん…迅速な対応、ありがとうございます！
太田さん…お年賀、ありがとうございます！
森さん…書類、ありがとうございます！
丸山さん…お手伝い、ありがとうございます！

他にもここには書ききれない皆様へ。
いつもありがとうございます！

◆ 仲間募集中！ ◆

おかげさまで業容が拡大し、営業担当を募集しております。営業支援ツールを自社で開発・販売しており、新しい需要を喚起する、今の時代に珍しいサービスの利用先の開拓のお仕事です。

・他社も扱っているようなサービスではなく、ユニークなサービスで市場を開拓したい。
・お客様と絆を築けるような仕事をしたい。
どれか一つでも当てはまるような営業の方がいらっやいましたら、ぜひご紹介ください！営業担当が尊敬される社会をつくる、というビジョンのもと事業を展開しており、面白い、新サービスもリリース予定です。もちろん、自分が！という方もご連絡(soneda@follow-up.co.jp)お待ちしております。

【プロフィール】

【氏名】 曾根田 太郎
【会社】 株式会社追客力
【出身地】 東京都江戸川区
【趣味】 読書（特に歴史小説）、靴磨き
【モットー】 七転び八起き
【その他】 息子がインフルエンザに。私もうつされそうになりましたが、微熱程度で止まりました。体が勝利してくれたようです。

【経歴】 大学卒業後、会計系コンサルティング会社を経て、大手不動産ポータルサイト運営会社に営業として転職。ITと不動産について学ぶ。その後、WEBマーケティング会社を経て、(株)追客力を設立し、HPを使った営業支援システムを開発・提供中。



曾根田太郎