

Business Journey

モジュール 8

株式会社 OUTSTANDING

卓越したコンサルタントになるには

～あなたのビジネスを根本から支えてくれるコンサルティング販売～

本セッションへようこそ。

もう私がだれかご存じですね？

私もあなたのことを知っています。

あなたは価値ある男性、または女性で、人生のある時期、人生の始めか、半ばか、終盤におり、日本か世界中のどこかで、自分のビジネス、事業、会社を始め、成功させる準備ができたと考えています。

講座のモジュールを一通りご覧になった今では、企業するにも多くの選択肢や機会、方法があり、元手がなくても わずかなリスクまたはリスクなしで事業を始める方法が多数あることが分かりましたね。

そこで今日は 普遍的な概念を取り上げましょう。

あなたが始めるビジネスが何であっても、またその規模に関わらず、個人事業か、チームを組んで始めるとしても、他に営業を担当してくれる人たちや組織とのジョイント・ベンチャーで始めるとしても、**コンサルティング販売**と呼ばれるものの重要性と意味を、しっかりと心得て、それを使いこなせなければなりません。

では分かりやすくご説明しましょう。

販売行為は生活やビジネスの至るところに介在し、必要とされています。

見込み客には、当然あなたの商品やサービスを売ります。

販売業者には、あなたの商品やサービスを取り扱う権利を売ります。

採用候補者には、あなたのビジョンやあなたの下で働くメリットを売り込んで、キャリアを託してもらう必要があります。

あなたは管理者として、チームに自分のビジョンを売り込み、その完全達成に一役買ってくれるよう、説得しなければなりません。

日本だけでなく、世界中のほとんどの人が、セールスとは人を操ることだと思っています。

たくさんのテクニックで セールストークのセリフを並べたてて、心理操作をすることだと思っています。

でもそれは全く見当違いでばかばかしいほどです。

設立、買収、または提携をするのがどんな事業でも、圧倒的な成功を収め、それを持続させるには、**コンサルティング販売をマスターする必要があります。**

これは全く驚くほど感心するほど、他の形態の販売と違います。

違いをご説明しましょう。

営業スタッフに売り方を教えようとする人のほとんどは、実は全く売り方を教えていません。

商品ラインや、商品の特徴を教えるだけですから、気の毒な営業スタッフは市場に出ても、人間の性質、心理、購入者の潜在顧客のニーズを理解せずに、知識のみに頼って売ります。

コンサルティング販売とは、単にある市場を制覇するだけでなく、経営におけるリーダーシップや財務・販売など、全ての活動において人望を集め、抜群の実行力を発揮する最高に優れた方法です。

では、それは何かというと、ある戦略的な思考方法によって獲得したい見込み客や、自分が採用するチーム、あるいはリーダーの立場にある経営者に、次のことを示すことです。

あなたはまさに彼らを導ける人であり、彼らにとって究極のアドバイザーや、究極の相談役になって、助言し、展望を与え、真実を伝え、状況評価を手伝うことだ、という事実です。

例えば、潜在的な直接購入者の獲得に、コンサルティング販売を使うなら、まず期待する成果、効果、利益、目標は何か、避けたいマイナス効果と、目指すプラス効果は何か、本人がはっきり自覚できるよう助けてあげるのです。

そのためには、アドバイザーとなって相手を導き、ソクラテス式問答法で質問します。

ソクラテス式問答法とは、意義深い質問をして、相手に自分で答えを見つけさせる方法です。

コンサルティング販売を実践する販売員は、こうした得られた答えをまとめ、理路整然として まったく客観的かつ、利他的なアドバイスや勧告を行います。

つまり誰かれ構わず売れるものをただ強引に売り付けるのが目的ではないのです。

親身になって最も相手の利益になることを、勧めることに徹しなければなりません。

自分の見たとおりの現実を相手に伝えるのです。

何をすべきか教え、なぜそう勧めるのか説明し、そうすると、どんな成果が見込めるか、そうしないと、どんな不都合があるか、また購入をやめるとか、競合や代替策を利用するより、あなたのビジネスを選んでもらうほうが良い理由を上から目線ではなく、敬意をこめて伝えます。

文字通り、プロのアドバイザーやコンサルタントの役割を果たすのです。

このスタンスは実に説得力があります。

あなたは常に見込み客やクライアントの最大の利益を考え、彼らにとって何が一番有益かを探しているからです。

卓越性に関する説明の中でもお話ししたことで、両者の間には融合し、重なる部分が多いですが、ビジネスにおいて「クライアント」は多くを意味します。

■クライアントの4つのタイプ

クライアントには4つのタイプがあります。

まずあなたに支払う立場のクライアントがいます。
見込み客や購入者です。

第2のタイプは、あなたが支払う相手、つまり、あなたのチーム、仕入れ先、アドバイザーです。

あなたは彼らに対して、アドバイザーやコンサルタントの役割を果たす必要があります。

価値や才能のある人は、誰のために働くか選べます。

あなたの会社が駆け出しで、小さいなら、おそらく誰よりも高い報酬は払えないでしょう。

ですから、優秀な人材を得るには、あなたが相手の成長や成功や最大の利益を、親身に考えていると分からせる必要があります。

あなたやクライアントに、また結局は彼ら自身に最大の効果と影響と成功をもたらすよう指導し、指針や助言を与えなければなりません。

起業家は誰であれ、人を導く存在であるべきですが、誰かを導くということは、

なにかを変えるために戦うことです。

そうすることでクライアントに益をもたらすのです。

最高の結果、最大の利益、最大の成功、最良の経験は、あなたが何を販売するのか、そして、マイナス効果を取り除けるかどうかにかかっています。

しかしまずはアドバイザーとはどんな人で、どんな経験があるか、どんなマインドセットが必要か、学ばなければなりません。

そのマインドセットとは、もはや絶対に相手を操ろうとしないことです。

卓越したコンサルティング販売では、相手を操るのは禁物です。

大事なものは、最も相手のためになると、心底思うことを勧めて、相談にのり、方向を示し、助言することです。

コンサルティング販売では、卓越論と同様、買うべきでないものを、相手に買わせることは許されません。

逆にまた相手が実際に買えるより、少なく買わせることも許されません。

相手が買えるものより劣る品質や、組み合わせで買わせてもいけません。

あなたはクライアントにとって一番良いのは何か、それはなぜか助言して教える、道義的責任を負うことになるのです。

そしてあなたの勧める行動を取ると、どうなるか、あなたの売るものに応じて、暮らしやビジネス、健康や資金繰りなどがいかに改善されるか、描写してみせなければいけません。

コンサルティング販売は、起業家ならだれでも身に着けるべき普遍的な特徴、能力、

強み、属性で、会社のチーム全員に伝授し、根付かせ、実践させられるようになる必要があります。

なぜなら誰かが電話してきたら、対応する受付係も、コンサルティング販売の要領で、きちんと相手を案内しなければならないからです。

誰かがテクニカル・サポート課や、顧客サービス課に電話してきたら、同様に、コンサルティング販売の要領で きちんと対応する必要があります。

誰かが商品を納入する場合も同様に、コンサルティング販売の要領で きちんと対応する必要があります。

スタッフを採用するときは、最も相手のためになることを助言し、忠告すべきです。

成功するための最高の環境を提供できないので、自分の会社で働くべきでないと思う相手には そう言わなければなりません。

逆に適切な人材や能力、チームがそろえば、自分の会社ではどこにも負けないほどの成長と発展が可能だと固く信じているならば、しかも二重の成功がえられること、つまりキャリアを築いて、金銭面で成功し、充足感を得たり、目標を持ったり、人とつながることで、精神・心理面でも成長するというなら、相手にそう伝えなければなりません。

コンサルティング販売とは、仕入れ先と関係を築き、多くの協働、協力、連携を行うことを意味します。

あなたは単なる購入者ではなく、パートナーです。

彼らを通じて働きつつ、自分のビジネスを成長させ、援助してもらうことができます。

ビジネスを成長させるために何かテストを行う際には、彼らが資金調達に一役買ってくれるかもしれません。

コンサルティング販売は、あなたのビジネスを根本から支えてくれるでしょう。

人は誰でも、口にすることはなくても、人生を導いてもらうことを渴望しているのです。

私たちは どんな決定を下すべきか、どの判断基準を使うか、誰を信じたらいいか、商品やサービスを評価する根拠は何か、わからないのです。

自分が達成したい成果や解決したい問題が何か、明確でないことさえあります。

コンサルティング販売を志向する起業家は何よりもまず人を案内し、導くのが上手です。

それから自分の会社ではなく、相手にとって一番良いのは何か、助言することができます。

さらにコンサルティング販売の生命線は、「誰が」「どのような状態にあり」「なぜそうなのか」 にあります。

これはあなたの会社や組織で働くすべての人に浸透させていくべき基礎となるものです。

担当業務にかかわらず、全員がコンサルタントや、アドバイザーとしてスキルを高めなくてはなりません。

使命を帯び、聖戦に向かうような気持ちで、同じ目的の下に一致団結するのです。

その目的とは自分たちがクライアントの人生に、関わることを通して、クライア

ントの生活をより豊かなものにする、ということです。

全員でクライアントを手助けし、自社の商品やサービスによってクライアントの生活やビジネスがどれほど変わるかを経験してもらうのです。

またメンバーは同僚として互いを尊重し、相手にとっての最善願わなくてはなりません。

なぜなら同僚にとってベストなものは、クライアントにとってもベストであり、優れたコンサルタントやアドバイザーは、自分のクライアントには最高の結果を得てもらいたいと願うからです。

彼らの考え方や振る舞い方は、あらかじめ用意されたセリフや台本に基づくものではありません。

合法的で本物の起業家としての、役割を引き受けることに基づくのです。

つまり市場で誰よりも信頼できるアドバイザーとして、そのビジョンをさらに広げ、マーケティングへと転換し、あなたを代弁する正社員や契約社員、流通業者らにかみくだいて伝えるのです。

これが人の絆を作る方法であり、これまでと違う見方で考えるということです。

あなたの会社や組織で働くすべての人に、これを習得してもらいたいとおもいます。

そうすれば、仕事が楽しくなり、解放感や達成感が得られるでしょう。

理由もなく働くのではなく、はっきりした目的があるからです。

チームメンバーとエンドユーザーとのつながりも、有意義なものになっていきます。

コンサルティング販売については様々な人が教えています。

しかし私は重要なことをシンプルな要素として伝えています。

本や手頃な価格のDVDが数多く出版されています。

世界的に有名でないとしても、良質の講師や会社が運営するセミナーでコンサルティング販売を学ぶこともできます。

起業前のあなたには、少なくとも3人の評価の高い専門家が著したコンサルティング販売に関する本を、読むことをお勧めします。

インターネットのレビューやコミュニティに、寄せられた感想が判断材料になるでしょう。

評判の高い専門家の本や、トレーニングプログラムを購入することも役に立ちます。

自分を鍛えることによって、満足感と本物だという実感が生まれます。

本物とは、ビジネスでもそれ以外でも、自分本来の生き方をしていると感じられることです。

今の私はまさにその状態です。

要点を理解できるようになったら、今度は実際に取り入れてみるのです。

昼食や夕食時、始業前に、チーム全員でDVDを観たり、本と一緒に音読してみましよう。

それぞれの異なる視点の人が集まって学ぶことによって、各個人の理解も移送深まるからです。

また全員がお互いを理解し、尊重し合うのが大事です。

起業家として持つべき一番の強みは、チーム全体が協力し、助け合えるような信頼感を持つことです。

あなたのチームは単にあなたに雇われたというだけではありません。

売り手であり、アドバイザーであり、コミュニティに影響力をもつ存在でもあります。

要するにコンサルティング販売は、驚くほど卓越論と似ているのです。

というのもそれは、リーダーシップの指導、助言するという側面に基礎を置いているからです。

卓越論については以前話しています。

必要ならその箇所をワークブックと一緒に見直しておいてください。

そのうち80%以上が、コンサルティング販売を完全マスターするための、雛形やモデルとして応用できるはずですが。

しかし理解してほしいのは、これが**長期的なプロセス**だということです。

偉大なことは一度やってみただけでは決してできません。

お子さんがいる方は振り返ってみてください。

その子たちが 小さいころどんなだったか、初めて歩こうとしたり、話そうとしたり、食べたりした時も、トイレを使うのも、自転車に乗るときも、ひどく下手だったはずですが。

ですから、あなたが幸いにも、大きな成功を収める人であったとしても、初めからうまくはいかないのです。

チームとシェアしていくときも、最初はゆっくり着実にやっていきます。

彼らを期待通りの水準まで、育てていかなければならないからです。

ですから覚えておいてください。

あなたを成功へと導き、他の誰からも際立たせ、強力で差別化するのには、あなたと周囲の人との絆を作る能力、すばらしいコンサルティング販売の能力なのです。

周囲の人とは、販売員のみならず、カスタマーサービスや受付、テクニカル・サポートや配達員も含めた全員です。

あなたの市場の見込み客や買い手と交流する全員にとって、コンサルティング販売は必須であり、継続した再トレーニングも大切です。

毎月、もしくは隔月に再トレーニングをしましょう。

あなたもチームに参加し、ソクラテス式問答で議論してください。

チームにどれほど多様な考え方ややり方があるか、見つけだし、確認しましょう。

またとても効果的な訓練もあります。

コンサルティング販売の方法を守って、ビジネスを行っている、印象的で影響力の強い人のリストを作ってみましょう。

取引のある人ばかりでなく、私生活で付き合いのある人、また見たことがあるだけの人も構いません。

彼らの特徴や信頼性がどこにあるかを観察し、自分の利益ではなく、あなたや他の誰かの利益に全力で取り組んでいることを理解してください。

さらにそれをいかに表現するかを学んでください。

言動の癖や目の動き、表現にも注目します。

ビジネスが成長するにつれて、人を巧みに操る狡猾な人との出会いも増えるでしょう。

彼らは本心では相手の利益になろうとは考えもしないし、本物になろうともしません。

しかし同時に、数は少なくとも、真の意味で本物の印象的な人との出会いも経験するでしょう。

そういう人は意識的に、もしくは無意識的に、コンサルティング販売の要素に忠実な人です。

そういう人と交流した後は、すぐにノートやデジタルレコーダーを使って、印象に残ったことを記録し、自分のものにしてください。

かれらの行動やことば、彼らが会話をどのように引っ張り、どんな言葉であなたに自分が特別な存在だと感じさせたのか、彼らの視点があなたにどう影響したかを考えてみましょう。

それを終えたら、職場に戻り、自分の能力を進化させ、飛躍的に成功させるためには、どの要素を加えればよいのか、検討します。

組織全体でそれを取り入れ、しっかりした基礎を築き、コンサルティング販売を体現するのです。

そのためには2つのことを復習してください。

卓越論について話した回と、あなたがワークブックに書きこんだメモです。

これが重要なのは、競合が到達できないほど優秀なレベルまであなたを引き上げ、差別化してくれるからだけでなく、あなたをすばらしい気分させ、達成感を与えてくれるからです。

本物となることを実現し、自分よりもクライアントやチームや業者を優先して、利益をもたらすことは大きな満足感を抱かせるのです。

また市場においても、きわめて強く影響力を発揮します。

ですから、これをよく学んでください。

素晴らしい効果があり、誰もがあてはまることですから、しっかり理解してほしいと思います。

従業員ゼロで起業する場合でも、従業員が10人いても、委任契約社員を使っている場合でも、他社の社員でさえあてはまるのです。

コンサルティング販売はあなたが早期にめざましい成功を収めるための原動力です。

ですから繰り返しこのモジュールを観てください。

あなたの思考や行動に生涯にわたる影響を及ぼし、結果を与え続けてくれるでしょう。

ありがとうございました。