

1

セールス・コミュニケーションの進め方

学習日 月 日
理解度 A B C

CASE

今日は、大丸保険サービス(株)への初回訪問日である。大丸保険サービスは、大明テクノ(株)の株主でもある大都生命の代理店で、今回社内LANを確立したいとのことで動いていることを課長が聞きつけ、大都生命の口利きで担当者と会う段取りが付き、本日大海君が商談に向かった。

当初は、大都生命のセールス担当者が立ち会ってくれるという話だったが、急な用で同席できないとのことで、急遽^{きゅうきょ}大海君一人でお客様のところへ向かうこととなった。

アポの時間に若干遅刻して、挨拶^{あいさつ}もそこそこに商談に入る。

大海 「たいへんお世話になっております。当社のことはすでに大都生命様の山口営業課長様よりお話をお聞きいただいております。ある程度のことはおわかりかと思しますので、早速当社の『社内LAN』のシステムについてお話しさせていただきます。当社のシステムは……」

野村 「おいおい、ちょっと待ってくださいよ。私は大都生命の山口課長という人もよく知らないし、あなたの会社のこともよく知らないんですよ。急に商品説明されてもね。それにまだ御社に発注することが決まったわけではないですからね」

大海 「あ、たいへん申し訳ありません。大都生命さんと当社の関係はですね……」

(しばらく関係の説明に終始する。)

野村 「お宅と大都生命の関係はよくわかったけれども。当社が今、考えていることを誰かに聞いてきたんですか」

大海 「ええ、『社内LAN』を構築されたい、とうかがってきたんですけども……」

(話がかみ合わず戸惑う大海君。)

野村 「当社の『社内LAN』の考え方をまとめたものがありますので、今日はそれをお渡ししますから、改めて企画書を持ってきてもらえますか……」

(それ以降電話しても、野村氏はいつも離席中との返事であった。)

THINKING TIME

大海君の商談における問題点をまとめてください。

■ ケースに見える問題点

大海君は株主会社からの紹介ということで、最初から注文をもらえるものとなめてかかり、ちゃんとした準備をすることなく訪問し、いきなり本題に入っていました。親会社からの紹介なのだから、さも使って当たり前という態度では、誰も反感を持つはず。セールスでは「伝^{つて}」を頼って、または他のお客様からの紹介によって新規の