

違いだらけの営業系就職、面接 合格、質問対策・初回接客企 業編

jazz55

営業プロキャリアコンサルタントが教える！

就職、面接を成功に導く 「接客設計図三部作」 F12311



クルマ1000台住宅200棟契約達人
produce club

営業プロキャリアコンサルタントが教える！

無料電子書籍シリーズ f123m11

間違いだらけの営業系就職、面接合 格、質問対策・初回接客企業編

店舗、ショールーム、モデルハウスを展開している企業の就職、面接合格シリーズ

リクルートワークス研究所の就活、求職、求人、内定者数調査によれば……

2012の新卒者、46万人に対して、求人は55万人ある。「『それなのに内定が取れないまま卒業せざるをえない理由の一つは学生の大手志向のミスマッチにある。』という論調が多い。」

しかし現実には、国立、早慶を除けば、私立大学の大手志向は二割台になっている。

入社内定が取れない本当の理由は、総合職の募集で言えば、営業系、クリエイター系、商品企画系、販促系の求職者数に対して、

本音での営業、販売部門への希望が少ないミスマッチにある。

不合格に拍車をかけているのが「営業部門に回されても、やるしかないな」のネガティブ意識では、面接合格、入社内定は取れない。

さらに言えば、企業を研究しても、営業の仕事を勉強していない。だから合格できない、運よく入社しても売れない、退職に追い込まれる。

これは残念！

ここは一步踏み込んで、営業現場を理解して「接客の心」「お客感情理解」「ビジュアルパワー」を勉強する必要がある。

入社後の活躍に自信がつかくほど営業の仕事を理解すれば、就職、面接合格は、向こうから近づいてくる！

営業系就職、面接合格を狙うには、絶対的な強みをつくる。言い換えれば、自己ブランド化である。

営業といっても、人材会社であれば、面談、マッチング重視の商談タイプであり、ブランドショップのスタッフであれば、契約まで完了するが、初回接客重視型である。

どちらの営業タイプの企業をターゲットにしても、両方の能力は微妙に絡み合っ必要だが、一方のタイプに絶対的な強みを持つことで、トップの数字を叩き出すことは可能だ。

これを転職に当てはめれば、初回接客型企業でダメセールスだっ

た人材が、商談営業タイプ企業に転職して大ブレイクする。

新卒においても、企業は、トップセールスとして活躍してくれる人材は、入社させてみて、現場に配置してみなければわからない。

だから、活躍しそうだ、当社のトップセールスの雰囲気を持っている、お客様から頼りにされるエネルギーを持っている・・・と想定で判断する。

ならば「スキルを絞り込む」「自己の強みを作る」「面接役員の心を掴む」合格作戦を展開する。

さらに加えれば、店舗に来場した初対面のお客様感情と、webからのメール申し込みを経て面談の席に着いたお客様の感情は、まったく違う。

ならば、あなたも面接を受ける企業の営業タイプによって、企業が求める「売り」を伝えなければならぬ。

あなたが、商談、契約タイプ型企業の合格を狙うなら、その企業に来場する顧客感情理解、提案力、商談力を強化して、あなたの「売り」にする。

あなたが、店舗、ショールーム、モデルハウスを展開している企業の就職、面接合格を狙うには、「接客の心」「お客様感情理解」「ビジネスパワー」は必須条件と言ってよい！

2011年4月26日掲載の読売新聞、就活ONの紙面、「人事の眼」ミキハウス人事部長 坂本達さん42歳が答えている。

……核心部分のみ抜粋して引用すると……
日本を代表する商人を求めています。

採用の大半は接客に関わる仕事ですが、どの職種にも望むのは「良い『気』を出している人」何事にも前向きで温かい雰囲気を感じる人、喜んでもらうことに喜びを感じる人です。
……ここまで引用……

ここから読み取れるのは、企業は良くできたES、模範解答だけでは合格を与えない。

よくできた人材の中から、「パワー」「気」のある人材をセレクトしている。

最後に、出来が良くても不合格になる記述がある。

……ここから引用……

最近では表現の仕方も様々で、読み応えのある作文が多く、感心しています。しかし、個性が強くてスタンドプレーができればよいわけではない。

……ここまで引用……

このミキハウスさんの人事部長の本音は、決して特異な例ではありません。

シヨールーム営業の自動車業界も、モデルハウス営業のハウスメーカーも、本音は、お客様から好かれるオーラを出している人材が欲しい。お客様から信用され「あなたにお願いしたい」と頼りにされる人材が欲しい。

不動産業界の営業でも、お客様の心を驚掴みにしてしまう人材が欲しいのです。

ミキハウスさんの言葉を借りれば、「何事にも前向きで温かい雰囲気を感じる人」「お客様に喜んでもらうことに喜びを感じる人」「好かれる気を出している人」を醸し出すには、ノウハウ本や質問対策の暗記では無理です。

ここは一步踏み込んで、営業現場を理解して「接客の心」「お客感情理解」「ビジュアルパワー」を勉強する必要がある。

その上で、面接役員の質問に、あなたの「挑戦意欲、やりがい、お客様に役立ちたい想い、仕事への愛」が、回答と共鳴して伝われば、高得点が得られる。

そこで、店舗、シヨールーム、モデルハウスを展開している企業をターゲットに就職、面接合格を狙う人材に「初回接客設計図」三部作を薦める。

この三部作は、「接客タイムライン」に、お客感情の読み方、好かれ方、対応策、考え抜いたトークに加え、勝負意識、あきらめない心、チャレンジ精神をセットした「接客設計図」になっている。

補足すれば、初回接客スキルは、初対面のお客の心を掴むスキルであるから、就職、面接において、初対面の面接官に好感度がグンと上がるノウハウとしても有効である。

この「初回接客設計図」のお客様を面接役員として仮想すれば、就活、面接を勝ち抜く、心構え、パワーの出し方、思い、自信の伝え方として理解しやすい。

もう一度言えば、この「初回接客設計図」三部作は、面接を勝ち取るパワーアップに、「接客の仕事理解」「お客様感情理解」の一挙両得の「メソッド」になっている。



それでは、初回接客スキル講座の一部を紹介するので参考にしてください。

初回設計図F1

初回接客を成功させる「魂の接客術1・1・1の成功法則」シリーズ

初回接客の成功は、出会いの一瞬、直感で決まる！

お客感情の扉を開ける、出会いの一瞬、一分間！

シヨールーム・モデルハウス・店舗の接客成功は出会いの一瞬、一分間で決まる！

まえがき：「魂の接客1・1・1成功法則」のゴールとは：

お客様アンケート調査では、「First contact」の一瞬、1分間で、好き嫌いを決めている。

トップセールスマンの契約分析からも、出会いの一瞬、1分間でお客様の心をつかんだとき、その後の10分間で、共感を得た時は、契約できている。

例えば、数分で販売完了の商品から、商談が一時間かかる業種まで、さらにはモデルハウス来場から契約まで一カ月を超える高額住宅の商談でも、初回接客のファーストコンタクトの一瞬、1分間、その後の10分間が契約の勝ち負けを握っている。

1・出会いの一瞬で好印象を与えれば営業人材の勝ち！

2・あいさつの一分間に「頼りになりそう」「説明してもらいたいな」と思わせれば営業人材の勝ち！

3・初回の10分間に、お客様から「あなたに頼みたい」「私の想いを聞いてほしい」と語り出させれば、営業人材の勝ち！

この「オーラパワー」を身体に熟成させれば、就職、面接官との初対面でも威力を発揮する。

Study1・・・初回接客の成功は、出会いの一瞬、直感で決まる！
ステップ1・・・出会いの一瞬、一分間で、お客の心をつかまえる！

お客様が来場した出会いの一瞬から、パワーを放出して、「この営業担当者は頼りになりそう」「オーラを感じる」一分間にする。出会いの一瞬からお客様の感情の扉を開ける一分間にする。

このステージでは、出会いの一瞬、一分間の「オーラパワー」「エネルギー」でお客の心をつかむ方法について、講義します。
あなたの接客スキルに、「直感営業」「オーラ発信」のスキルを追加する。

この「直感営業」「オーラ発信」を意識して接客することで、お客様の反応が好意的になる。

成功事例を積み重ねていくことで、さらにパワーアップする。

これが、あなたの接客を「売れる営業」に変える、最短コースです。

ステップ2・・・接客成功は、出会いの一瞬で決まる

あなたは、ショールーム、モデルハウス、店舗に来場してくる客に、ニコニコ笑顔の挨拶とマニュアル通りの接客をしていますか？

あなたが、その接客で見込み客の数が少ない、契約数が伸びない

としたら、この「お客感情を虜にする出会いの瞬間、一分間！」を推薦する。

シヨールーム・モデルハウス・店舗で、好成績を上げている、多くのトップセールスは、出会いの瞬間から「あるパワー」を発信している。

シヨールーム、モデルハウス、店舗で数多くの契約をしてきた超トップセールスの契約ノートには、出会いの瞬間が勝負を決める。出会いの瞬間がうまくいければ、その後の商品説明、提案もスムーズに進み、高い確率で契約になっている統計がある。

ステップ3・・・あなたは「お客様に見られている」

劇場では、舞台の袖から役者が飛び出した瞬間から、頭のとっぺんからつま先まで、観客に見られています。それと同じです。

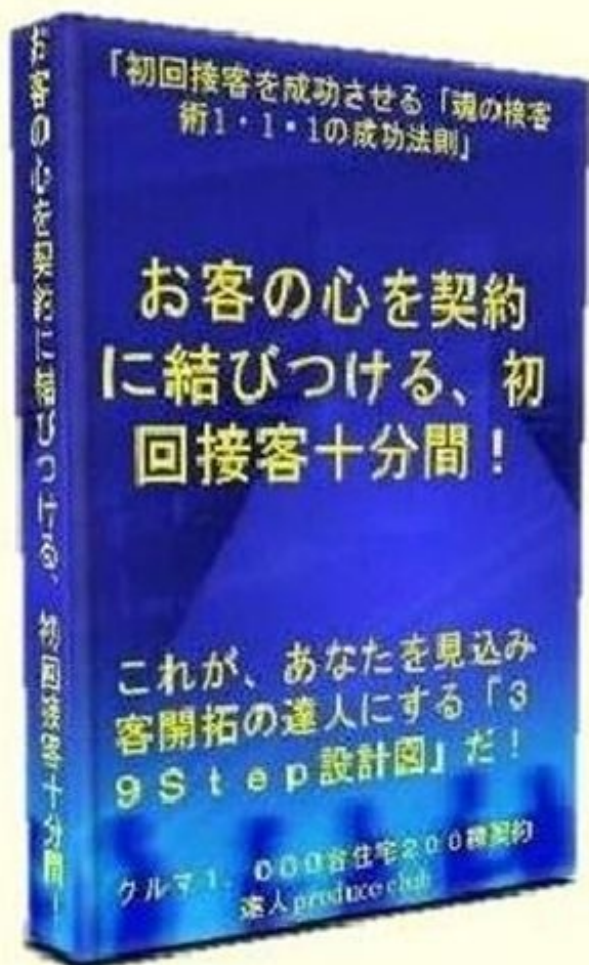
お客様を洞察する意識以上に、お客様から観察されている意識でアクションを起こしてください。

お客様がショールームに入った瞬間から、もっと言えば、入る前からの意識、集中している状態が接客の成功を決めます。

オリンピックの100メートルの決勝、スタートの一瞬への準備、精

神統一、集中を見習う。

出会いの一瞬、一分間では、接客の一瞬に備えて、言葉を発する前に、精神の準備、表情、仕草、見た目を完璧にして臨みます。



初回設計図F2

初回接客を成功させる「魂の接客術1・1・1の成功法則」シリーズ

「契約は、出会いの一瞬1分、10分で決まる！」
シヨールーム、モデルハウス、店舗接客の成功法則！

これが、あなたを見込み客開拓の達人にする「39Step設計図」
だ！

まえがき・・・あなたには、トップに負けない、契約できる能力がある！

あなたは初回接客で相性が合う顧客とは契約ができています。

契約できた商談では、トップセールスと同じように、商談のすすめ方が上手くいった。

あなたの人間的魅力、心配りのトーク、契約のタイミングが、お客様に受け入れられた。

契約できた客には、あなたの魅力、あなたの商品知識、あなたの頼りがい、信用、安心が伝わった。だから契約できた。

あなたはもつと自信を持ってよい。

初回接客がうまくいかない、契約できなかつた客には、あなたの魅力、知識、能力が伝わらなかつただけ。

ならば、伝えるようにすればよい。

あなたの能力、資質、知識に自信を失ってはいけない！

そこで、お客様は、「あなたのどこが受け入れられなかつたのか」を
考えてほしい。

・接客の流れ、商談のどこで、「タイミング」を間違ってしまったのか！

・初回接客において、お客感情の扉を開ける「トーク」が下手だったのか！

・「あなたにお願いしたい」という存在パワー、オーラの発信が弱かったのか！

どれか、心当たりはありませんか？

ステップ2：・トップセールスは魔法を使っているように売る

モデルハウス営業では、そこに待機している営業担当者が順番を決めて接客をやります。

優秀だから、契約できそうな客を担当できる訳ではない。

今年入社した新人も、トップセールスも平等です。

チームメンバーが、控室や遠目から観察できるわけですから、正真正銘、見込み客にして契約する技術が試されます。

その条件の中で実行した「魂の接客術1・1・1の成功法則」は、ダントツの数字を記録した。

売れないセールスから見れば、魔法を使っているように見える。

結果は、年間で、売れないセールスとトップセールスの成績は最大で五倍の差がついた。

ステップ3・・・トツプセールスの「魔法の正体」とは・・・

真実は、お客様を洞察している、五感、直観を味方につけている。

営業人材の、姿勢、声、アクションにパワーを吹き込んでいる。

お客様を座らせる位置、タイミング、感情を計算している。

お客様感情を計算した「短いトーク」を投げかけている。

トツプセールスは、「オーラパワー」を出している。

お客様を理解することに努力している。

だから、低迷セールスより、お客様のことが解る。営業担当者人間力、商品、会社を伝えることができる。

結論は売れる。



初回設計図F3

初回接客を成功させる「魂の接客術1・1・1の成功法則」シリーズ

手強い客を「インパクト情報作戦」で見込み客にする！

シヨールーム・モデルハウス・店舗の接客成功は出会いの一瞬、一分、10分で決まる！

これが、あなたを見込み客開拓の達人にする「31Step設計図だ！」

まえがき：・本音を隠している客を「インパクト情報作戦」で大逆転シーンを狙う！

この講座は、出会いの瞬間、一分間、10分間に、「魂の接客術」「初回設計図」を駆使してアタックしても、好意的な反応をしないお客様に対して衝撃を与えて振り向かせる狙いです。

それが「インパクト情報」作戦です。

アメリカンフットボールの試合では、形勢不利な状態から一本のロングパスの成功で大逆転のシーンがおこります。

この「インパクト情報作戦」は、「魂の接客術一分間」「初回設計図10分間」の、スキルをやっても、見込み客にならない、反応が鈍いお客様をターゲットにします。

あなたの考え抜いた「インパクトトーク」が、逆転勝利をもたらせれば、最高ですね！

注意すべきは、初回接客の序盤から、この「インパクト情報」作戦を実行すると、素直なお客様、美味しいお客様を失う危険があります。だから、絶対にやってはいけません。

あくまでも、「魂の接客術一分間」「初回設計図10分間」を実行しても、契約体温をアップさせない顧客、お得情報に素直に興味を示さない顧客を対象に行ってください。

Study1・・・一本のロングパスの成功で大逆転シーンを狙う！

ステップ1・・・プロはあきらめません！

ここまで、「魂の接客術一分間」「初回設計図10分間」スキルを駆使しても、買う気を見せないお客様の存在です。

ではどうしたら、よいでしょうか・・・

あきらめますか・・・

プロはあきらめません！

営業マンが目標とする到達点は、最後まで購入してもらおうことで

す！

もう一度言います！

要は、どのようにきつかけを作るかです。

さらに手を変え、品を変えアプローチする必要があります。

一人ひとりお客様の考えていることは違います。

つまりは、どの情報にお客様がのってくるかなのです。

反応が弱いお客様には、どのようにアタックしたらよいかを考えます。

ステップ2・・・この用心深いお客様心理を考えると・・・

- ・押し付けられたくない。
- ・売りつけられたくない。
- ・失敗したくない
- ・騙されたくない・・・このような意識が人一倍強い人が想定されます。

このお客様タイプは・・・

- ・プライドの高い人
- ・自分の失敗を許せない性格の人
- ・正しい情報が欲しい人

- ・疑り深い人
- ・自分で決断をしないと気がすまない人
- ・：：などのお客様タイプがイメージされます。

紹介は、ここまでですが、続きは完全版でお楽しみください。
あなたの就職、面接合格、内定決定を応援します！
頑張ってください！

営業プロキャリアコンサルタントが教える！

QRコード <http://study7.biz>

監修・執筆者プロフィール

現在、新卒、転職、「就活」「面接合格」「入社スタートダッシュ」「逆転売れる」をトータルとしたキャリアアーコンサルティング活動中、加えて、著書執筆、講演、研修を精力的に行っている。

東京トヨペットにて事務系スタッフから営業職に転進して以来、13年間で累計販売台数1000台を突破。「値引きの少ない契約」「ライバル車顧客の契約」「保険・修理など関連商品の販売」で小さな一番を達成。利益額で高い評価を受ける。その後、自動車販売から異業種の住宅営業に挑戦。11年間で住宅業界の居並ぶトップ営業担当者の2倍の「粗利益22億円、売上85億円」と累積契約207棟を達成した。現在、営業職に特化したキャリアアカウンセリング、販売に関する講演、住宅業界を筆頭に営業スキルアップ研修などを精力的に行い、その現場密着の営業手法が圧倒的な支持を得ている。

著書に『だから売れない！「営業の常識」33のウソ』『突然、「営業担当者」になった人が読む本』『クルマ1000台・住宅200棟を売った』（以上、大和出版）、『契約力』『高額商品の勝てる提案営業』（以上、すばる舎）、『誰でもできる「驚異のセールス」丸秘テクニク』（山下出版）、『超一流営業担当者強さの秘密』（日本実業出版社）、『「新人営業担当者」を達人に変える50の法則』（清話会出版部）、『自分の営業スタイルを見つける』『セールストークに強くなる』『営業に心理学を生かす』『提案営業でニーズを引き出す』『契約力を身につける』『紹介・リピート受注を増やす』『新しい見込み客をつくる』『営業はこれから面白くなる』『ようこそ！住宅業界へ』（以上 P HP研究所）など多数がある。

連絡先・営業ドットコム、H&Sコンサルタントシステムズ

代表 岡田和芳 〒176-0013 東京都練馬区豊玉中1-7-11

Mail to: support@study7.biz URL <http://study7.biz/>