

読むだけで、元気になるレポート

パートナー 村松 達夫

皆さん、こんにちは。明けましておめでとうございます。皆さんは今年はどうな年にしたいでしょうか？さて今月もご笑読頂けると嬉しいです。

【今月の発見】

ガソリンスタンドモデル！

「あのお客さんには絶対必要なんだけどなあ」売れない営業マンの帰り道の独り言。潜在需要はあるはずなのにお客さんがそれに気づいてくれない。そんなお悩みはありませんか？

今回はこういうお悩みを解決するシンプルな手法を思いつきましたのでご紹介します。

そのポイントを一言で言うと、

「病気だと気づかせること」

です。

一体どういうことか？ガソリンスタンドの例でお話しましょう。

ガソリンスタンドA店は順調に売り上げをキープしている。その理由は「ガソリン以外のもの」をコンスタントに販売しているからである。ではA店が執拗な売込みをしているか、というと決してそうではない。A店のスタッフが行なうことはただ1つ。手を変え、品を変え、車のボンネットを開けさせるテクニックを次から次へと考えているだけである。そのアイディアの1つを挙げるならば、「ウォッシャー液をプレゼントします」である。必然的にボンネットを開けることになり、そのついでに「車回りの点検もしましょうか」と言えば、プレゼントしてもらった手前、断る人は少ない。あとはエンジンオイルの汚れ、タイヤの擦り減りなどを指摘するだけである。お客さんは自分の車の病気に気づいてしまったら、今交換するか、近日中に交換するか、いずれかの選択肢しかなくなるのである。

お客さんが潜在需要に気づいていない場合、まずはその潜在需要を掘り起こす作業に専念した方が近道なのです。「病気にかかってしまったら治すしかない」と同じように皆さんのビジネスでもお客さんがこれを見たら依頼するしかない、という場面が必ずあるはず。売り込むのではなく、その状況を作るためのアイディア創出に専念してはいかがでしょうか。