

Profile

長崎県出身。2008年スターティア株式会社入社～2016年現職。2010年度、100名の営業社員の中で1位を取得。2012年には、営業マネージャーに就任。好成績を収め、2014年に営業の統括マネージャーに就任する。

●好きな言葉（モットー）：
人生一度きり、夢は逃げない



トップセールスの仕事術

vol. 1

Interview With **石橋香菜さん**

スターティア(株)インフラ事業本部
東東京エリア統括部 シニアマネージャー

トップセールスに登り詰める キッカケとなった先輩の一言

従業員50名以下の企業に、複合機やビジネスフォンなどを販売している石橋香菜さん。これまでにメーカーの販売コンテストなど、数々の賞を獲得した実績を持つ。女性でありながら、新規開拓というきついイメージのある業務で好成績を挙げ、たった入社5年で統括マネージャーに昇格。自身の経験を基に語る、売るために必要なポイントとは!?

石

橋さんは、これまでに数々のトップセールスを記録しているが、実は入社当初の成績は、同期入社30名中20位前後だった。

当時、石橋さんは、「商品知識をしっかり身に付け、お客さまに納得いただける提案をすること」が、契約を獲得するために必要なことと考えていた。そのため、丁寧に商品説明とメリッとの提示を行い、納得してもらうため必死に話したそう。ひたむきな営業活動と努力で、成果を勝ち取れると信じていたのである。

しかし、そんな努力とは裏腹に業績は伸び悩み、正直、商品が悪いと考えた時期もあった。そして、その考えはトップセールスとの同行により刷新されたそう。

同行して気がついた トップセールスとの違い

そのトップセールスの営業は、石橋さんが思い描いていた方法とはまったく違っていた。最初に丁寧なあいさつ、丁寧な会社紹介、そして商品説明へと移っていくかと思いきや、いきなり自

虐ネタの雑談から入り、笑いを取ったのだ。

しかも、忙しい中、時間を取っていただいたお客さまに対し、まったく商品とは関係ない話で盛り上がった。早く本題を話したほうが良いのでは?と思っていた石橋さんは、トップセールスの営業方法に驚愕したという。

さらに商品説明においても、石橋さんとトップセールスでは、大きな違いがあった。石橋さんの場合は、相手が理解できるように、丁寧に噛み砕きながら、納得してもらえるように話していた。それに対しトップセールスは、お客さまと一つひとつ端的に確認作業をしていたという。

「高いまま使うより多少でも安く買ったほうが良いですよ。紙詰まりは、できれば少ないほうが良いですよ。ね?」など、熱意で必死に納得してもらおうとしていた、石橋さんの営業スタイルと明らかに違っていたのだ。

説明マンと営業マン

ある商談後に石橋さんは、そのトップセールスから考え方を改めさせられ

だった。この話を聞いたことがキッカケとなり、「お客さまを必死になんて説得する」のではなく、リラクセスした感じで「買うことを前提に、その良さ確認する」方法へと、営業スタイルが180度チェンジしたのである。

確認作業を行う営業方法とは、具体的には以下のとおりだ。

まず、リリース期間が半分以上経過している得意先は、ターゲットとして捉え、良い提案ができる旨を伝えてアプローチをする。そして、商談初回時は、簡単な会社紹介や自己紹介などの雑談で場を和ませるのだ。コミュニケーションがとれてきたら、期間限定のお得なキャンペーンなどを簡単に案内したのち、1日の印刷枚数や、リリースの契約内容などの利用状況の確認をする。業界別によくある悩みを提起し、想定される悩みがあるかどうか確認することもポイントだ。

例えば、介護業界の場合、従業員さんが外出先からFAXを見るのができたら助かるという話を聞きますが、御社でもそうですか?とか、「FAXを交換すると、PCからFAXを送る

買うことを前提にして 行う確認作業とは

石橋さんが、これまで必死になんて説明し続け、納得してもらおうとしていた姿勢は、まさに説得営業そのもの