



トップセールスの仕事術

vol. 7

Interview With **上村知行**さん

●好きな言葉（モットー）：知行合一



情報発信力が高いお客さまに対し 成長のためにできることを考えて実践

業務用のアプリケーションソフトを開発・販売する企業に勤務していた上村知行さん。新規開拓の実績が平成25年度「全国2位」、26年度「全国4位」という実績を誇り、営業社員（専任）を600名抱える大企業のトップセールスマンとして活躍していた。「お客さまから、顧問先を紹介してもらった件数が全国1位」という点に注目し、関係性の築き方や、営業活動の仕方などをうかがった。

税

理士事務所や会計事務所、またその顧問先に対して業務用のアプリケーションソフトを開発・販売している企業に勤めていた上村さん。現在は転籍し、M&Aの売り手側の資料作成や交渉代行を行う業務を行っている。当時、入社1年目で新人賞を獲得。それ以降、目標の未達成が一度もないという輝かしい成績を叩き出した。このような実績を築いた上村さんには、実は、他の営業よりも圧倒的に抜き出ている実績がほかにもある。それは、お客さまである税理士事務所や会計事務所から、顧問先を紹介された件数が全国「1位」であることだ。では、お客さまから顧問先を紹介してもらうために、どのように活動をしたのだろうか？ そのヒントは、直接のお客さま（税理士および会計士）との関係性の築き方にあった。

お客さまの成長のために 何ができるか？ 考える

上村さんに、紹介してもらうために何か工夫をしていることはあるのか尋ねると、「未来のお客さまのために、お

るセミナーに参加し、「選択理論心理学」を学んだ。選択理論とは、より良い人間関係を築くための心理学。基本的な概念には「他人をコントロールしよう」とせず、相手を受け入れて交渉を行う」というものがある。

この基本的な概念から、自分が今苦しんでいるのは、いつも「お客さまをどうコントロールして、自分の利益を上げるか」ばかりを考えていたことに原因があると気づいたそうだ。

これを機に、上村さんは営業スタイルを「お客さまをどうコントロールし

て自分の利益を上げるか」から、「お客さまの利益のために自分がどう動くか」というスタイルに変えた。この考え方に変えて営業を始めると、今まで数字に追われて苦しんでいた感覚はなくなつた。さらに、お客さまから感謝されるが多くなり、逆に「役に立っている」という充実感から仕事をすることが楽しくなつたそうだ。

それ以前は、業務アプリケーションソフトを販売するにあたり、リプレース提案ばかりしてきた。リプレースの提案ばかりだと「そろそろ新しいも

役に立てることはないか」をいつも確認しています。仕事とは関係ないことでも、お客さまが企業を成長させるうえでできることは何でもしています」と答えてくれた。

あまりお客さまのために時間ばかり割くと、売上を上げるという意味では非効率になると思つたが、「この営業スタイルに変えたことにより、クレームに関連する仕事が激減しました。利益率も高くなりましたし、以前に比べて案件化した後の商談回数も減つたので、逆に効率良く売上は上がりました」と否定した。

営業のアプローチを変える キッカケになつた「選択理論」

そもそも、なぜこのような営業スタイルにたどり着いたのか。それは、過去に苦しんだことが理由だという。

当時の上村さんは、いつも数字に追われている感覚を持っており、毎月毎月、翌月分の前倒し営業を行いながら目標を達成させていたそう。目標を達成しても、非常に苦しい毎日。営業という職種が嫌になつていたときに、あ

のにバージョンアップしませんか？」というお願い営業ばかりになる。そのため、お客さまとの関係性は悪くなり、立場も弱くなつていく一方だった。

しかし、「お客さまの成長のために何ができるか」を考え、勉強会等を含めた提案を実践することで、相手との関係性は良くなり、立場は徐々に強くなつていったのだ。

しかも、お客さまの成長のことを考えれば、必然的に税理士事務所や会計事務所の顧問先へどのようなサービスを提供するかという話になる。そして顧問先にどのようなサービスを提供するかという話から、多くの場合、提供しているアプリケーションソフトの話につながるのだという。

「成長意欲」を軸にした 上村流の営業ノウハウ

「相手のために尽力する」「結果は後からついてくる」という考え方は、よくあるトップセールスの話として聞いたことがあるかもしれない。しかし、上村さんには、そのあたりのトップセールスとは違い、もうひとつ深い話が