電話1本で相場価格の2倍もする商品をごく当たり前に売る営業術があった！　『ブラック企業の営業術』　11月5日発売

株式会社こう書房（所在地:東京都新宿区、代表取締役:鵜野大）は、クリーンにしてホワイト企業で使ったら成約率89.5%、1100人をぶっちぎりトップを獲得したノウハウ満載の『ブラック企業の営業術』（小嶋康之著）を11月5日 に発売します。

「数字が人格」という環境で、地獄を見たくないがため文字どおり死ぬ気で編み出した営業術。法律スレスレ、ときには一歩踏み出した超絶ノウハウをこのまま使ったら御用必至ですが、ホワイト企業の一般営業マンが使えるように何度も濾過しクリーン手法に。ただし、クリーンにしたと言っても、そこは超実践的かつ効果絶大。これまでの営業術をとは一味違う営業術を解説します。

【書籍】
ブラック企業の営業術
～クリーンにしてホワイト企業で使ったら1100人をゴボウ抜き

【書籍情報】
定価：本体価格1,400円＋税
判型：四六変判並製
頁数：256ページ
初版発行 2014年11月10日
ISBN978-4-7696-1133-6 C0030

【こう書房サイト書籍ページ】
http://www.kou-shobo.co.jp/book/b184751.html

【著者】
小嶋康之（こじま・やすゆき）
1975年8月
生まれ。父親がギャンブルでつくった600万円の借金が原因で、幼少期に両親が離婚。母親が保証人であったため、その後も借金から逃れることができず、極貧生活を余儀なくされる。この経験から、学歴よりもお金が大切だと悟り、数字至上主義のブラック企業へ就職。創立以来のスピード昇進となる入社半年でマネージャーに就任。年収850万円の収入を得るも、結婚を機に大手教育スクールのクリーン企業へ転職。前職で得た営業術を活かし、全社平均成約率50%を大幅に上回る89.5%の成約率を樹立。埼玉エリア営業部門で成約率及び契約高トップ。最終的に、東日本エリアでも成約率及び契約高、ともに第1位を獲得。現在は、現場での営業活動以外に新入社員や業績低迷社員を対象とした営業研修も行なう。即効性のある独自の研修内容には定評がある。

【目次】
序章
私はこのようにして「ブラック営業術」と出会った

なぜ、私はブラック企業に入社したのか

人並みの生活をしたいと思う小学生
収入優先の仕事イコール営業漬けの毎日

ブラック企業は、決して相場価格では売らない
相場の２倍の商品を電話だけで売る
「在宅ワーク」で収入を得られるという罠
周囲がドン引きするほどの努力でブラック営業術を確立

「礼儀と数字が人格」というブラック企業の掟
世間が想像するブラックはグレイ程度でしかない
結果を残せない人間は地獄行き

ブラック企業に小細工は通用しない
ブラック企業の上司は部下を背中で育てる
反省多き超タテ社会で身に付けた大事なこと

私がブラック企業から足を洗った理由
結婚、そして子供を授かる…

1100人をゴボウ抜きし東日本で第1位を獲得！
ブラック営業術をクリーン企業用に濾過を重ねる
これが1100人をゴボウ抜きしたテクニックの一端だ

クリーン企業に転職してはじめてわかったこと
ブラックでもクリーンでも営業マンの悩みは同じ

すべての営業マンに知ってほしいこと
売れる営業マンになるために必要な3つのこと
それでは禁断の裏ノウハウをご紹介していきましょう

第1章
ブラック企業が教えてくれたこと

目標を達成する意味を知り、受け身の自分とサヨナラせよ
「しょうがない」を許さない根本的理由を知る
利益をもたらさなければ営業マンでいられない
意識を能動態にすれば行動につながり結果に結び付く

間違った努力では一生勝つことはできない
自己流の方法論は、ただの努力の空回り
トップのやり方を「盗んで」「理解して」「試して」「判別する」
成功者を完全コピーすることが、あなたも成功者になる近道

120％の力を発揮させるモチベーションアップの秘訣
休憩時間での行動が、次のラウンドの成績に直結する
気持ちの切り替えとは、自信の回復に努めるということ
業績の乱高下は自信の低下に負うところが大きい

負け犬とは絶対につるんではいけない
負け犬の気持ちは痛いほどわかる、しかし…
そんなんだから負け犬なんだ！
マイナス思考は移る、だから絶対近づかないこと

計画の早期達成が業績アップの好循環を生む
「早期達成」のサイクルをつくり上げる
１日に２つ、１ヶ月に４つの締め切りで回す
「早期達成」はゆとりとその結果としての業績好循環を生む

第2章
ブラック企業のトップ営業マンがやっていること

「トーク」で契約を取り、「ツール」で解約を防ぐ
後日の解約希望を防ぐ「ツール」とは
「ツール」の目的はお客様の信用度をいかに上げるか
トークとツールで相乗効果を狙う

電話営業なのに1日100回の笑顔チェックをする理由
電話営業なのにデスク脇に鏡を置いていた理由とは
ウソ臭い笑顔は、トーク前からハンディを抱えるようなもの
瞬殺の笑顔は、口と目を別々につくり、あとで合体

原因追求は、悪いときはほどほどに、良いときほど徹底的に
結果が良いときこそ原因追求をとことんやる
テクニックではなく、本質を手に入れること
「なぜ？」を3回繰り返し、好業績の本質に迫る

負のスパイラルを回避するベストパフォーマンス測定法とは
どうしてもコンディションの悪い日はある
パフォーマンスを測定する3つの「〇〇はあるか」
高精度のパフォーマンスを達成するための公式

ちょっとした落ち度で解約されてはもったいない
天敵「消費者センター」とのやりとり
短期での社名変更や複数の偽名ですり抜ける
細心の注意を払い、手続き上の不備は絶対になくす

第3章
ブラック企業ではどのように交渉の主導権を握るのか

とにかく最初に「すみません」と言わせ主導権を握る
商談前に自分を優位な立場にするひと手間をかける
お客様に小さな心理的負担をかけるのはいまも常套

切られたら終わりの電話だから1分で心をわしづかみにする
最初の1分でお客に聞く態勢をつくらせる
「安心トーク」でお客様の聞く態勢をつくる

時間のないお客様には再来店を促すのも手

言われたら困る断わり文句は事前に潰しておく
ネガティブトークの芽はアンケートで摘み取っておく
「禁断のアンケート」の実際のつくり方を見てみる
3大断わり文句をアンケート項目化する

理解させ関心を向けさせるベストなトークスピードと間の活用
初めての内容は早口でなくても聞き取れない
トークスピードは相手のスピードよりややゆっくりが基本
強調ポイントの前であえてテンポを崩す

悪徳営業マンだと疑いはじめたときの対処法
怪しまれたらストレートに否定するのが効果的
来店したお客様でも営業マンを100%信じているわけではない
最初に肯定して、そのあとで理由を聞き出す

反論されたらオーバーに要約し相手の口で否定させる
オーバーな要約で切り返し、相手を黙らせる
自分が言ったことに反論できる人はいない

話しはじめと親睦を図るときで声のトーンを使い分ける
構えさせる低い声と警戒心を解く高い声
「ね」でさらなる親睦を図る
本当の自分の声を知らないのは自分だけ

ブラック企業を素晴らしい企業と信じ込ませる方法
凄いと思われるところをどのように強調するか
物事はすべて肯定的に解釈して伝える

第4章
一度とらえたお客を絶対逃がさない親睦の図り方

カモを見分ける「3つの特徴」と「5つの職業」
カモ以外に余計な時間をかけてはいられない
カモとは「素直で」「支払いができ」「将来に不安ある」だ
カモを判別する「3つの特徴」とは
カモが多い「5つの職業」とは

相手との距離をなくさせるためにはどんどんと話させる
ブラック企業で「会話が苦手で…」なんて言えると思うか？
あなたは知らず知らずのうち相手の会話を奪っている
「5W2H」を駆使して相手にどんどん話させる

この世にはカモを喜ばせる「長い相槌」があることを知っておく
短い相槌のあとに、ちょっとした「褒め言葉」を入れる
長い相槌がもたらす「3つの効果」とは
長い相槌は、定番のこれだけを用意しておけばいい

直接褒めずに周囲の人を羨ましがってその気にさせる
お客様を安易に褒めないその理由
直接褒めたら効果半減、だから、まわりから攻める
物を褒めずに、それを選んだセンスを褒める

裏にある別の意図を聞き出して信頼を手に入れる
裏に別の意図があるときは「～は」と「～けど」が出る
今後、別の意図を隠されないために伝えるべき3つのこと
勘の良いお客様は、あなたの裏にある別の意図を察知するかも

「会話の三段活用」で感情を揺さぶり味方だと思わせる
狙った獲物は絶対に逃がさない
緊張しているお客様には「褒める安心させる笑わせる」

心の傷を察知したら、徹底的に同情と共感を示す
心の傷口を掘り返し、慰め、良き理解者となる
「我慢して頑張ってきたこと」を探り出し、そこを突く

カモが不在だったとき、在宅の時間を教えてもらう秘訣
カモが不在のときは、上手に在宅時間情報を聞き出す
イエス・ノーのクローズ質問で相手を追い込んでいく

第5章
お客のほうから契約したいと言わせる方法

確実に購買まで持っていくための下準備を整える
多くの質問をぶつけても不自然にならないよう伏線を張る
目的をつかんだら最後に再度の確認作業で仕込みを終える

すべてを自社の強みに結び付けて商品提案をする
競合他社に勝つには、勝てるところで勝負すること
目的達成に必要なものを自社の強みと一致させる

こじつけと思わせないこじつけで売りたい商品を売る
会社の命で売らなければいけない商品もあるでしょう
目的を活用した限定トークに加え、あなたの熱意を最後に示す
これが、わざとらしく聞こえない「こじつけ」トークだ！

提案中にこそコミュニケーションをしっかりと取り、盛り上がる
提案中こそ会話を盛り上げ購買意欲を向上させる
目的がかなったときのイメージを強く意識させる
目的が抽象的なら、それを具体的な商品に落とし込む

周囲からの羨望や評価を「夢トーク」として代弁する
より良いものを売るために「夢」を見させる
本人のメリットではなく、周囲からの評価を夢見させる
周囲の人から得られるだろう評価を代弁する

先行投資は何百倍に、節約は一切の努力なしでと信じさせる
支払いの少額さを強調する
「タバコ代程度」は効果がない
支払いをはるかに超える稼ぎを生み出せることを強調する
努力も何もしなくても、こんなに節約できると強調する

親身に相談に乗るのは「支払い」ではなく「支払いの方法」
支払いの方法を親身になって相談に乗る
いろいろな支払方法を提案しているうちに…
商品価値を理解させ支払方法を親身に探せば問題なし

第6章
契約に持ち込むため背中をもうひと押しの仕掛け

「お金のゆとり予測」ができれば使える費用がわかってくる
収入の額と支出の額を知るための質問をする
親睦を図っている最中にさりげなく聞き出す
焦りは禁物！ 徐々に堀を埋めていく

契約を促進する大義名分をつくっておく
「いましなくてはいけない理由」を用意しておく
まずは「いまなら安い」を伝える
それがなければ「いまのほうがお客様の夢がかないやすい」
購買意欲の低いお客様も巻き込んでいく

第三者を味方に付ければ解約の抑制にもなる
「しかたありません。では、ご主人に責任を…」
第三者を味方に付け契約を促進させる
付き添いは「お礼」と「ちょっとしたプレゼント」で良い気分

「イエス」をもらったあとに打ち込む楔と再確認
解約率を大幅に下げる契約手続き後のひと言とは
照れ笑いをしながら再度の確認をするのがコツ
返答への報いを示し再度のクロージングで締める

自分の上司を上手く使って解約の意識を断ち切る
第三者と対話させることで契約意識を高める
上司を紹介し言葉をかけてもらうことで特別感を感じさせる
お客様のもとへ出向く場合は、このように応用を利かす

「キャンセルは無条件」を伝え、とりあえずの契約をもらう
親身を装いクーリングオフ前に連絡を取られないようにする
ある条件を満たすお客様なら契約を即決させられる
「いまがお得」と「キャンセルは無条件」
お客様のためを思ってのご提案と思えるように
それでも解約があったら、スムーズに対応すること

第7章

クロージングと入金の大詰めで失敗しないテクニック

人付き合いが苦手な人の入金は、実はスムーズ
昼間の勧誘電話なので主婦でなければ引きこもり
優しさの演出には3回のグッドタイミングがある
コミュニケーションが苦手な人ほどスムーズに入金してくれる

クロージングは一発で決めなければならない
「契約させられた」を防ぐためにクロージングは一発で
クロージングだとわかっていてもイエスをもらうクロージング
心の準備をさせてからクロージングに入る

クロージング後の「検討します」への対処方法
1回の商談でクロージングは2回まで
理由を聞き出し、解決策を納得してもらい、勝負のクロージング
後日の返答の場合は、帰り際に「残念感」を出さない

契約後の「特別扱いトーク」で入金を確実なものにする
「あなたは選ばれた特別な人」と伝える
「断わる場合もある」と余裕を見せる
目的を復唱し「楽しみにお待ちください」で締める

契約後には必ず次回連絡する約束を取り付ける
クーリングオフ可能期間に再度確認の連絡を入れる
契約後にお客からくる連絡は解約のお知らせのみ
契約手続き中に初回授業後の三者面談の約束を取り付ける
クーリングオフ期間内にお客様が心配しそうなことを想像しておく

最後の締めくくりは、世間話ともう一度「夢トーク」
申込み手続きが完了しても電話はすぐに切らない
ダメ押しの「世間話＋夢トーク」を成功させる3つのコツ
会話の最後に強い印象を持つ特性を利用する

第8章
解約希望を言ってきたときの対処法

クレームを出さずに解約理由の原因を聞き出す
後日の解約希望が出たらお客を加害者に仕立てる
解約希望は即座に受け付け、そのあとに本当の理由を聞く
理由を聞き出す前に「申し訳ない」と思わせるフリを入れる

すぐ再提案できるか、しばらく待っての再提案かを見極める
再提案する次の時期を見極める
いますぐ再提案ができなくても「いつか」のために関係は維持
「ちょっとした誤解」が原因なら、その場で解決すぐ再提案
別のお客様が示した感想の形を取り、もう一度メリットを伝える

再解約を防ぐためには再提案後に「叱って褒める」

再解約を防ぐためにお客を叱る!?
叱ったあとの褒め言葉は破壊力抜群
万が一、再々解約を希望しても今度は事前に相談をしてくれる

プライドの高いお客様は、その高さを利用する
プライドの高いお客様を叱ってはダメ
叱るのではなく、謝りトークを展開する

書籍に関するお問い合わせは
株式会社こう書房 梶原雄
TEL 03-3269-0435
FAX 03-3269-0399
mail info@kou-shobo.co.jp
〒162-0805
東京都新宿区矢来町112第2松下ビル3F

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com