

<セリング・ラボ 佐藤 正明 発行>

新しい営業スタイルを提案するメールマガジン

【寝て待つだけの営業活動】

～戦略的殿様商売のすすめ～

【今回のテーマ】 号外

「わらしべ長者の話」 ～赤いクリップは家に化けるか～

~~~~~

こんにちは  
セリング・ラボの佐藤正明です。

さて、週に1度お伝えしているものとは別に、私が何らかの“気づき”を持った時に、不定期で「号外」を発刊しようと思います。  
今回は、その「第1号」です。

先日、ネット上のニュースを見ていて、おもしろい記事を発見しました。  
それは、1個のペーパークリップを、ネットの物々交換サイトで次々と別の品物と交換し、とうとう一軒の家を手に入れてしまった、というカナダ人青年の話でした。  
さしずめ、現代の「わらしべ物語」です。  
日本に古くから伝わる「わらしべ物語」は、その人がたまたま手にしている物を必要としている人に次々と出会い、それより価値の高いものとの交換を頼まれる、という偶然の連続が、主人公を裕福にするというものですが、この「現代のわらしべ物語」は、少し様相が異なります。

まず、彼が持っている物よりも価値の高い品物との交換に応じた人たちは、多くの場合、それが必要だったわけではない、ということが挙げられます。  
決して、損得で品物の交換に応じているわけではないのです。  
それは、その中の1人が発した、以下の言葉に象徴されています。

「彼と出会った時、若者が純粋に何かに熱中しているのだと感じ、何か支援したいと考えた」  
(翻訳なので、少し不自然な日本語ですが)

つまり、彼の熱意、あるいはその人間性に惹かれた人たちが、この取引に応じている、ということが言えると思います。  
これは、私たちにとっても、大変参考になる話です。  
よく、「営業は人間力」などと言いますが、まさにこの話の主人公は、品物ではなく、「自分」を売り込んでいる、ということができるからです。

次に、これは本人が初めから意図したものではないと思いますが、この話がネット上やテレビ取材などでたくさんの方の話題になり、それが大きな宣伝効果をもたらした、という点も見逃せません。  
つまり、それが結果的に多くの人を引き付けることになったのです。  
ビジネス的な観点から見れば、母数が大きければ大きいほど、その中には見込み客が含まれる可能性も高い、ということです。

私はこの話の中に、以下の2つの教訓を見出すことができると思います。

1人の人間としてお客様から信頼されていれば、目先の損得を超越した「指名買い」が期待できる。

マーケティング戦略が優れていれば、ムダな苦勞をせずに、接点のない新規見込客とコンタクトできる可能性がある。

別の言い方をすれば、お客様からの信頼の厚い営業には、商談が集まるということ併せ、その一方で、何の接点もない新規のお客様を開拓する場合は、“営業の腕”だけでなく、「いかに買ってくれそうな人をたくさん集めるか」という、「その手前」の戦略が重要である、ということの2点です。

営業とマーケティングは車の両輪のようなものだ、ということ、あらためて感じることでできたニュースでした。

このメルマガに対する感想をお待ちしています。  
また、メルマガの新規ご登録、解除なども、下記よりお願いします。

ご連絡先：  
[magmag@brains-works.com](mailto:magmag@brains-works.com)

メルマガのバックナンバーは、以下のセリング・ラボのサイトで、お名前とE-メールアドレスを登録していただければ、ご覧いただくことができます。  
(サイト上側の「無料レポート」というボタンから登録できます)  
<http://www.selling-lab.com>

発行元 : セリング・ラボ  
編集人 : 佐藤 正明  
所在地 : 〒180-0002 東京都武蔵野市吉祥寺東町 2-34-13-102  
連絡先 : [magmag@brains-works.com](mailto:magmag@brains-works.com)  
個人向け HP : <http://www.selling-lab.com>  
企業向け HP : <http://brains-works.com>