

<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】 Vol.20

「仮説と予測の重要性」 ～プレステ3の発売に学ぶ～

~~~~~

おはようございます。

セリング・ラボの佐藤です。

先週、「東京は上着なしでも寒くない」と書いたばかりですが、日曜日には東京でも木枯らし1号が吹いて、すっかり冬らしくなってきました。

皆さんも風邪などひかないよう、注意してください。

さて、つい先日、ソニーのプレイステーション3の発売日に、大変な混乱が起きたことは、皆さんもよくご存知のとおりです。

この件で私が感じたのは、

「やっぱり」

ということです。

どういうことかということ、あらかじめ予約販売でたくさんの品物を確保した人たちが、ネットオークションで儲けているのです。

これは、以前にもあったことで、「そのような儲け方もある」という内容の無料レポートを読んだ覚えがあります。

そのレポートの執筆者は、まさにこのプレステ3のことを予測していたのですが、彼の言っていたとおりになりました。

話がそれてしまいますが、そのようなこともあって、来週あたりから、このメルマガでも、少しずつ無料レポートの紹介をして行こうかと考えているところです。

本題に戻ります。

この話から得られる教訓は、過去の出来事から未来を予測するということの重要性です。

もう少し具体的にいうと、商談の仮説を立てた上で、そこから考えられるシナリオを用意しておくことが大切だ、ということをお願いしたいのです。

特定の商品やお客様との商談で、過去に起きた出来事に基づいて、商談の展開を予測しておく、ということです。

多くの営業マンは、意外にここが抜け落ちていることが多いのです。

ある人は勘に頼り、ある人は自分の都合から物事を考えています。

その結果が、歩留まりの悪さになって現れます。

現代の営業には、きちんとした情報収集能力だけでなく、それらの情報に基づいて、仮説を立てる能力が求められています。

それは、勘や憶測とは似て非なるものです。

「あの人は自分の手柄がほしいだけだから、値引きをすれば契約してくれるだろう」

と考えるのは、ただの憶測です。

仮にそうであったとしても、必要としている「手柄」の内容が分からない限り、「値引き」が有効な手段なのかどうかは判断できないからです。

「今期の数字が足りないから、通常より大きな値引き条件を提示して、お願いしてみよう（安くすれば、買ってくれるだろう）」  
と考えるのは、自分の都合です。  
買っていただけない「理由」が、他にあるかもしれないからです。

「この製品によるコスト削減効果が、 円程度と考えられるから、当社のこの製品を 円で導入しても、充分に見合うはずだ」  
と考えるのが仮説です。

もちろん、どのように緻密に考えた仮説も、外れることはあります。  
ただ、勘や憶測と違い、たとえ外れたとしても、その理由が分かり、新しい仮説、つまりリカバリプランを考えることができる、という意味において、断じて勘とは異なります。

さて、皆さんは、プレステ3を手に入れることができたでしょうか。

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)

個人のスキルアップはこちら : <http://www.selling-lab.com>

企業の営業力向上はこちら : <http://brains-works.com>