

<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.4

「危機管理」 ～なぜ、皆同じ間違いを繰り返すのか？～

~~~~~

おはようございます。

セリング・ラボの佐藤正明です。

きょうは少し趣を変えて、「危機管理」の視点から、我々の営業活動のことを考えてみたいと思います。

大相撲名古屋場所で、幕内力士の露鵬が新聞記者に暴行してケガを負わせ、3日間の出場停止になるという、前代未聞の事件がありました。

そして、事件の2日後に行なわれた相撲記者クラブとの懇談会で、北の湖理事長が、「取材する側にも責任がある」

という趣旨の発言をして、物議をかもしました。

同じ時期に、パロマ製瞬間湯沸かし器の不完全燃焼による一酸化炭素中毒で、20人もの人が亡くなっていたことが分かり、当初、メーカーから、

「修理業者が、不正な改造を勝手に行なった結果である」

という発表があり、多方面からの批判を浴びました。

少し遡ると、シンドラエレベーターの問題も思い浮かびます。彼らの見解は、「メンテナンス業者の保守作業がずさんだった」というもので、自分たちには何の関係もない、という事実上の責任逃れでした。

ついでに挙げれば、トヨタ自動車の「リコール隠し疑惑」や、連続児童殺害事件で、初動捜査のミス認めようとしなかった秋田県警の記者会見なども、似たような出来事として、覚えている方が多いと思います。

そのいずれのケースでも、“間抜けな言い訳”が、火に油を注ぐ結果を招いてしまったことは、皆さんもよくご存知のとおりです。

これらの出来事に共通して言えることは、「自分たちの側」からしか、物事を見ていない、ということです。

たとえ、それが事実であったとしても、あのような場面で、自分の正当性を一方的に主張するばかりでは、多くの人の反発を受けるに決まっています。

なぜ、そんな簡単なことさえ分からないのか、私には理解できません。

相手（マスコミやファンや一般大衆）が、不信や疑惑の目を向けている時にその不信感を払拭する努力をせずに、いきなり「自分の都合」を持ち出してしまおうことが、いかに悲惨な結果をもたらすか、という危機管理のイロハを、この人たちは理解していないとしか思えません。

まずは、徹底的な調査を約束した上で、その段階での「言い訳」は、絶対に避けるべきです。

そして、誰もが納得できる客観的な事実が明らかになった時点で、事実を包み隠さず発表すれば、落ち度の有無に関わらず、「災い転じて福」となる

可能性があります。

松下電器の暖房器具で発生した欠陥問題など、その好例です。  
あの時、製品の買い戻しを約束して、日本中の全世帯にDMを送る、という対応を取った結果、それが何件もの死亡事故を引き起こした製品であるにも関わらず、大きな批判を浴びることはありませんでした。  
要は、「相手がどのように感じるか」というゴールから線を引いて、戦略を構築すべきなのです。

営業の仕事にも、まったく同じことが当てはまります。  
商談のステージも考えず、「相手がどのように受け取るか」を一切無視して自分の都合からアプローチすれば、お客様には「押し売り」に見えるだけで、そこには「拒否反応」という結果が待っています。  
多くの営業の思考の中から、“そこ”が抜け落ちているために、お客様から逃げられてしまうのです。  
決して、どこぞの社長や理事長、刑事部長を笑ってはいられません。

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>

このメルマガは、まぐまぐの配信システムを利用しています。

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>