

<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.49

「ペーパードライバーの哀れ」 ～目くらましに騙されるな～

~~~~~

おはようございます。

セリング・ラボの佐藤です。

久ぶりに日本人のミスユニバースが誕生し、巷では「快拳」と言われているようですが、失礼ながら、ミスユニバースには滅多に美人がいないのは、なぜなのでしょう。

さて、先週から、介護ビジネス大手コムスの不正問題が話題になっています。

記憶が定かではないのですが、確かこのコムスの持株会社であるグッドウィル・グループは、経営陣に多くのMBAがいることで話題になった会社ではなかったか、と思います。

私の知人の1人が、

「MBAというのは、“最もバカな集まり”の略である」

と言っていたのを覚えています。私はそれを「ペーパードライバー」と呼ぶことにしています。畳の上では、完璧なフォームで泳ぐことができても、実際に水に入るとともに泳ぐことができない人たちがばかりだからです。

グッドウィル・グループの経営者は、まさにこのペーパードライバーの集まりだった、ということが言えるのではないのでしょうか。

B/SやP/Lからしか物事を見ることのできない、哀れな人たちです。

しかし、このコムスが“袋叩き”にされている様子を見て、

「何か変だぞ」

と思わなければいけないと思うのです。

この、ペーパードライバーのチンピラどもがくすねたわずかな金など問題にならないほどの大金を盗んだ連中が、他にいるからです。

そして、無能な政治屋と、スネに傷を持つ小役人が、このコムスを“目くらまし”に使おうとしていることに、気付かなければいけません。

そこに目が行かなければ、本質を見誤ってしまう、ということです。

それは、私たちの仕事でも、まったく同じことが言えるはずですよ。

たとえお客様から提案を求められたとしても、ただのアテ馬に利用されているのかもしれませんが。あるいは、値引き条件を引き出すカードとして、意図的に競合製品の話を持ち出すこともあるはずですよ。

決めているのか、迷っているのか、利用しようとしているだけなのか、といったことを見抜くためには、本音を見極めるしかありません。

もちろん、それは簡単なことではありませんし、百発百中で見抜けるはずもありません。

しかし、歩留まりを高める方法はあると思います。

それは、目の前の一言に惑わされずに、商談の本質を考えるということに尽きます。

「それ」である必要があるのか、それとも、別の代替案があるのか、意思決定のキーポイントは何か（コストか機能か等）を把握した上で商談に臨んでいれば、目くらましに惑わされることなく、的確な対処ができるはずです。

その際の注意点は、ただ1つです。

決して感情に流されず、冷静であることです。それが無理なら、少し時間を置いて、頭を冷やしてから考えることです。

もちろん、その前に日頃の営業活動の中で、客観的な情報収集を行っていることが前提になります。

あなたは、今回のコムスンの問題を見ながら、何を考えたでしょうか。

ただ、「ふざけやがって！」

という怒りだけでなく、“その先”や“その奥”のことを考えましたか。

~~~~~

「会えない人」に会うための戦略を探している方はこちら

<http://www.selling-lab.com>

筋のよいアフィリエイト商品を探している方はこちら

<http://www.infocart.jp/shop/description.php?IID=8925>

~~~~~

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>