

無料レポート
「新規顧客開拓のミチシルベ」

発行：挑戦しつづけるアドバイザー 長沢 伸一
公式サイト: 挑戦しつづけるアドバイザー.com
E-mail: naga19941108@yahoo.co.jp

はじめに...

この度は「新規顧客開拓のミチシルベ」を
申し込みいただきありがとうございます。

この無料レポートは...

30歳を過ぎ、右も左もわからない土地で、初めて「新規顧客開拓」に取り組み、多くの失敗を重ね、私が学んだことをお伝えしよう！と思い書きました。

ですので、

「今日からできる」
「飛び込み営業なんて怖くない」
「一瞬で顧客の懐に飛び込む」
「スマートな名刺交換法」
「こうすれば売れる」

などの、上辺だけのテクニックは一切ありません！

かつて私も、

- ・ 営業
- ・ マーケティング
- ・ ビジネスマナー

などの本を数十冊読みました。
今、手元に12冊あります。

この手元にある本は、私が読んで「いいなァ」と思ったものです。
その他は知人に差し上げたり、古本屋さんに引き取ってもらいありません。

また買うにはちょっと物足りないなァなんて本は、図書館で借りました。

この「数十冊の本」

最初は「読んで終わり」
つまり読んだだけなのに「やったつもり」になっていたんですね。

これじゃあダメだと思い、「実践する」もあえなく撃沈。
「あえなく」撃沈ではなく「もれなく」撃沈でした。

なぜなら...
「上辺だけのテクニック」だけに、頼っていたからです。

本を読んで、
「よっしゃア、これはイケルぞ」
なんて、意気込んで行くといきなり「撃沈」でした。

今でこそ、こうやって皆さんにお伝えできますが...
当時はヘコミましたねェ。

そんな経験をして、「今の自分」があるわけですが...

皆さんもおそらく「新規顧客開拓」に悩んで、このレポートに辿り着いたのではないのでしょうか？

「新規顧客開拓」これって営業の中で一番辛く険しいことです。

このレポートをご覧いただき、皆さんの営業活動のヒントにさせていただければと思います。
そんな思いをこめて、「新規顧客開拓のミチシルベ」を書きました。

平成 19年 9月
挑戦し続けるアドバイザー 長沢伸一

【はじめは名刺整理から】（ナガサワ流名刺整理術）

「営業の話じゃないの!？」と思う方もいらっしゃると思いますが、順序だててご説明しますので、おつきあい下さい。

それではまず皆さん、名刺ホルダーから一枚、名刺を取り出して下さい。

そして、その方の顔や、格好・名刺交換した時のことを思い出して下さい。

**思い出せましたか？
日付は書いてありますか？
メモなどありますか？**

この中のひとつでも該当すれば良いのですが...

一つも該当しなかった方も、ご安心下さい!
今から「最初の一步」を踏み出せば良いのです。

夏休みの絵日記もまともに書いたことが無い、
禁煙も5時間もたない私が実践しつつづけていることですから大丈夫です!

【私の失敗談】

この失敗は、私が初めて「営業」になった時のことです。20歳でした。

営業初日から一週間ほど、上司に連れられクライアントに紹介してもらい、150人ぐらいの方と名刺交換させていただきました。

名刺交換をし、お話しをさせていただいたり、「頑張っね」なんて言ってくださった方は記憶に残りますが...

私：「よろしくお願いします」

相手：「こちらこそよろしくお願いします」

で終わった方は、自慢じゃないですが覚えていませんし、覚えられるわけがないですね（もしかして私だけでしょうか？）

そして、道を覚えたり、クライアントと仲良くなるために、いわゆる「メッセンジャー」から始まりました。

「メッセンジャー」簡単に言いますと、クライアントに書類を届けたりもらいに行ったりするだけです。

そんな時やってしまったんですね。

あるクライアントの A という部署に持っていく書類を、違う B という部署に持って行ってしまったのです。幸いにして、「心の広い」担当の方でしたので、新人の私が怒られたりしないように処理していただき、その後「気をつけてね」と声をかけて下さいました。

声をかけていただいた時は、ホント恥ずかしいやら、くやしいやらで顔から火がでそうでした。

でもこれはある意味ラッキーだったただけなんです。

同じ会社の違う部署で、心の広い担当者だったから、
大事にはなりませんでしたが...

もし違うクライアントに届けてしまったら、たいへんなことになりますね。

【じゃあ、どうすれば良いのか？】

ハイ、必死で考えました。そして、この失敗した時から
今までずーっと「実践しつづけている」のがこちらです。



名刺を A4 用紙の中心に置きコピーをとります。

そして左上から、

- ・ 名刺交換した日付・時間
- ・ オフィスの様子
- ・ 相手の印象
- ・ 話の内容

などを「丁寧な字」で、その時のことを「細かく」書きます。

それから、できるだけ良いことを書きましょう。

最初にイヤなイメージが縫いこまれると、次に会う時に知らず知らずのうちに態度や表情に出してしまいますからね。

この後はファイリングし、必要な時に取り出したり、持ち歩いています。
(ファイリングする前に重要なことがあります、それは次の章でお伝えします)

皆さん、ここまでいかがでしょう？

ここまでやっておけば、半年たって顔は覚えていなくてもファイルから出してくればすぐに思い出せますね。

「なるほど」「これはいいなア」など、何かを感じていただけましたら、ぜひ「実践」して下さい。

私の発行しているメルマガでも何度も書いている言葉

「実践する」「最初の一步を踏み出す」

皆さんも、もう一度ご自身に言い聞かせてみて下さいね。

無料メールマガジン

「いつでもどこでも始められる！営業が「ワクワク」する方法」

<http://archive.mag2.com/0000243887/index.html>

【ご参考まで】

たまたま私は、A4 の真ん中に名刺をコピーして、色々書き込んでいたのですが... 皆さん「マインドマップ」という言葉をご存知でしょうか？

「マインドマップ」とは、
中心にコンセプト・ゴール・目標などを配置し、
そこから関連するキーワードを放射状に書き込んでいく方法です。
この形が人間の脳の意味記憶の構造に近い為、理解や記憶を容易にすると
言われています。
さらに詳しい内容はこちらです。

<http://mailzou.com/get.php?R=6082&M=9444>

【飛び込み営業から，情報屋へ】

「飛び込み営業」私も正直，最初は辛かったです．
怒鳴られたり，ひどい対応をされたり散々でした．

それはなぜか？

マチガイ 1 いきなり売ろうとしていた．

マチガイ 2 スクリプトも考えずに，やっていた．
なので，あしらわれるし，時には怒鳴られることも，
すると当然テンションさがりますよね．

マチガイ 3 テンション下がっている状態では，
それが相手にも伝わりまたもやあしらわれる．
完全に「悪循環」です．

そしてこのマチガイを改善し，実践すると...

マチガイ 1 単なる名刺交換ゲーム・会社情報集めと考える

マチガイ 2 ある程度，場面を想像してトークを考える
この 2 点で，マチガイ 3 はほぼ改善されます．

こうすると，かなりの高確率で名刺交換できます．

名刺交換ができたら、その日のうちに会っていただいたことに対してのお礼のメールを出します。

絶対に「売り込み」のメールはダメですよ。
もちろん返信なんか望みません

これがナガサワ流名刺整理術でお伝えした、
ファイリングの前にする重要なことです。

お礼のメールは、ごくごく簡単で良いですし、予めつくっておけば時間の短縮にもなります。

私の場合は、

件名：【長沢です．本日はありがとうございました】

株式会社 様
の長沢です．

本日は、突然うかがいましてたいへん失礼しました．
また名刺まで頂戴し誠にありがとうございます．

今回はあらためてアポイントをいただき、
伺わせていただきたいと思います．

その際は、何卒よろしく願いいたします．

よろしければ、文章はコピーしてお使い下さい．
これは、名刺交換のみの場合です．もし話を聞いてもらえた場合は、その
感想も添えるとより良いと思います．

そして

- ・名刺交換できた時のトーク
- ・できなかった時のトーク
- ・応接に通されて、話をきいてもらえた時のトーク

この全てを書き留めています．そしてファイリングします．

「はじめに…」でお伝えしたとおり、これは私が過去の経験と日々の営業活動の中で見いだしたことです。

ですので、「とにかく考えて実践」の繰り返しです。
楽な方法は無いと私は思っています。

ですが今でも、ドアを開けるのが怖い時があります。

そんな時は…
このドアの向こうで「最愛の人が働いている」と想像します。
最愛の人に、無様な姿は見せられません！

こうすると良い意味で緊張しますので、
毅然とした態度でノックし、そしていつも来ている宅配便のお兄さんのように明るく元気に入っていきますよ。

【番外編】

飛び込み営業をしていると、様々な社風を感じられます。

私は「失礼します」「ごめん下さい」とは挨拶しません。
「おはようございます」「こんにちは」「こんばんは」
この言葉だけです。

そうすると「いらっしゃいませ」と返事がくる会社、受付の方がいるのにもかかわらず何の返事も無い会社など色々です。

総じて言えることは、対応がしっかりしている企業ほどチャンスがあります。また仮に断られたとしても、丁寧な言葉ですのでそれほどダメージも少ないと思います。

皆さんも試しに誰もが知っているような企業に飛び込んでみて下さいね。

【苦勞して集めた名刺は...】

最初になぜ？名刺整理術をお伝えしたのか，ご理解いただけましたでしょうか？

それはせっかく苦勞して「飛び込み営業」し，集めた名刺＝情報を，活かす方法を先にお伝えしたかったのです．

そして「活かす方法」そのものが「目的になる」

名刺交換ができたその先は... 皆さん次第です．

「テレアポが得意！」な方は，実践すれば良いでしょうし，
「もう一度，行くぞ！」って方も，実践すれば良いでしょう．

とにかく「最初の一步を踏み出し」「実践する」
そして「考えて実践を繰り返す」

この集めた大切な情報の使い方は、色々あると思います。

名刺交換 (=情報) をした後は、当然、何度か訪問したりしますよね。そして何度目かで、「見込み客」なのか、相手にされていないのかがわかると思います。

「見込み客」は、いいとして、重要なのは「相手にされなかった方」をどうするか？です。

皆さんならどうしますか？

せっかく苦労して集めた情報です。もったいないですよね？
それでは、半年後でも 1 年後でも、もう一度アプローチしてみてください。

【半年後 一年後のアプローチ】

この時、重要なことは「名刺整理術」のファイルから、引っ張り出したデータを「頭に叩き込んで」アプローチします。

ご本人とお話できれば...

「何月何日何時に、お邪魔した長沢です。」と「その時は、このようなお話を聞かせていただきました。」

はい、これで相手は「なんでこいつは、こんなことまで覚えているんだ」と感じますから、そこから先は、皆さんの「腕」の見せ所ですよ。

もっと良いのは...

案外と「転勤」されていたりするんですよ。

きちんと「誰々様」宛で訪問していますので、後任の方を紹介していただけます。

ここから先も、皆さんの「腕」の見せ所ですよ。

それから、もう一つの方法は...違う営業パーソンとかわるのも良いですよ。

私がどれだけ攻めてもダメだった企業に、入社したての営業パーソンを担当させたら、うまくいった例もあります。

皆さんも、考えて実践を繰り返して下さいね。

ここまでやってダメなら、

きっぱりとあきらめて、次の新規顧客開拓に向かいましょう

【あしがき】

いかがでしたでしょうか？
どのように感じるかは、もちろんあなた次第です。

ですが、ほんの少しでも感じ取っていただけるものがありましたら、
それで十分です。

その感じ取ったことを、今後のあなたのお仕事に活かさせていただければそれだけで嬉しく思います。

失敗を繰り返しながら、1つの小さな成功を生み出していく...
これは、いつまでも変わることはありません。

私が「まくまく！」さんより発行しているメルマガ、

無料メールマガジン
「いつでもどこでも始められる！営業が「ワクワク」する方法」
<http://archive.mag2.com/0000243887/index.html>

私の今までの
「失敗や成功、挫折」、そして「日々の気づき」のなかから、
「営業パーソン、企画に関わる人、販促に関わる人」が「ワクワク」して
もらえるようなことをお伝えしています。

このレポートをご覧いただき、「役に立った」ということでしたら、合わせてお読みください。

私はメールマガジンの「代理登録」は一切行なっていませんので、登録の手続きをしなければ私の発行するメールマガジンが届くことはありません。

メールマガジンでお会いできることを楽しみにしております。

つたない文章を最後までご覧いただきありがとうございました。
また、あなたからのご意見・ご感想などお待ちしております。

挑戦しつづけるアドバイザー
長沢伸一
naga19941108@yahoo.co.jp

「まぐまぐ!」とは?

「まぐまぐ!」は、メールマガジンを無料で読者登録できるサイトです。読者登録に必要なものはメールアドレスだけです。登録したメールマガジンは、いつでも登録解除することができます。

代理登録とは?

メールマガジンの発行者が、読者登録の依頼や承諾があった人のメールアドレスを、ご本人に代わって読者登録することです。発行者は次のような場合に、あなたのメールアドレスを収集し、代理登録を行うことがあります。

あなたが、メールマガジン発行者が主催するアンケートに回答したり、セミナー・展示会に参加した際、メールマガジンへの読者登録に同意した場合。

あなたが、メールマガジンへの読者登録が必須の利用条件となっている、懸賞、無料レポート配布、その他の無料サービスなどを利用した場合。

【著者プロフィール】



1973年北海道生まれ

1993年20歳の時、東京の小さな印刷会社に営業として入社し、最初の3年は、がむしやりに印刷・営業について学び、零細企業ではありましたが数年後（1997年）にはお客様・上司・協力会社に恵まれ会社創立後、最高売上を挙げました。

が、そんな時あるお客様より、
突然の「取引停止！」を宣告される。

このお客様からは「折込チラシ」「ダイレクトメール」などの販促活動を一手にいただいていた。

理由を聞くと、「ウチはオタクのために仕事してるんじゃない！オタクに頼んでも売上げ上がらないし、経費ばかりかかってどうしようもないよ」。

「自分は、そんなに信用のない人間だったのか」「何が悪かったのか」
と考え、約一ヶ月立ち直れませんでした。

これは、私がお客さんの言うとおりの内容・配布地域・枚数など、全くそのあとのことを考えずにやっていたからです。

そして辿り着いた答えは

「お客様の利益なくして、自社（自分）の利益は無い」

そのためには、お客様がいかに

「経費をかけず、効率良く集客し、売上げにつなげるお手伝いをする」

でした。

この時から、独学ではありますが 集客やマーケティングに関して猛烈に勉強し、現在も日々勉強し続けています。

また小さな会社の営業社員ではありますが、様々な業界（飲食店・整骨院・美容室・クリーニング店・牛乳配達店など）の お客様の販促活動のサポートをさせていただきました。

そしてこれからも自らに様々な課題を課し、失敗を繰り返し、少しでも皆さんのお仕事のヒントになるようなことを、お伝えして行きます。

転送・コピーはご自由にできます。
このレポートをご覧いただき、少しでも何かを感じていただけましたら、ぜひ同僚・上司・取引先・協力会社・友人・知人の方にお知らせ下さい。

無料メールマガジン

「いつでもどこでも始められる！営業が「ワクワク」する方法」

<http://archive.mag2.com/0000243887/index.html>