

お客様が喜ぶ経営者の「頭脳労働」

・小さなお店がムリ・ムダ・ムラをなくして利益を上げる「引き算の経営」購入特典レポート②

お客さまの求めるものを見つける”頭脳労働”とは？

経営者というのは、会社の代表であり、責任者です。

経営者として会社を動かすだけではなく、会社に関わる全ての人を幸せにする責任があります。当たり前のことではあるのですが、この”当たり前”がなかなかできない経営者がたくさんいます。

会社にとって「経営者」は必要不可欠な存在ですが、会社に貢献する従業員もまた、必要不可欠な存在であることを忘れないでください。

今回は、”理想の会社”にするために大切なことをまとめました。購入特典レポートですので、購入してくださった方に限定してお渡ししている”非売品”です。

経営者の方はもちろんのこと、今、経営者を目指し、独立起業に向けて頑張っている方にもおすすめのマニュアルです。

このマニュアルを読み進め、改めて、”理想の会社”とはどんな会社なのか？是非、考えてみてください。

【第1章】お客さまに喜んでいただける”頭脳労働者”になるには？

日本に存在する職種の数、17,000 以上もあるといわれています。そんな数あるお仕事は、「肉体労働者」と「頭脳労働者」、大きく2つに分けることができます。

肉体労働者とは、建設業や製造業など、主に体を使って仕事をする人のことであり、頭脳労働者とは、営業職やエンジニアなど、主に頭を使って仕事をする人のことです。

アスリートなどの特別な仕事でない限り、体が健康であれば、肉体労働者になるのは簡単です。では、頭脳労働者になるには、どうすれば良いのでしょうか？

第1章では、「頭脳労働者」になるためのコツについて紹介させていただきます。

1-1 ◎頭脳労働者の考え方

「頭脳労働者」には、どんな人が多いとイメージできますか？
パツと思ひ浮かぶのは、頭の良い人や記憶力の良い人でしょうか？
しかし、どんなに勉強して、どんなに記憶していても、頭脳労働者で成功できるとは限りません。何故なら、「周囲の人の協力を得る力」が必要不可欠だからです。

現代を上手に生きるには、他人の協力が必須です。人は1人では生きていけないのです。

どんなに仕事のできる人間でも、どれほどの学力があっても、「この人は頭がいいけど、話しにくいな」、「この人と一緒に仕事にするのはイヤだな」と思われてしまえば、いい仕事ができるはずありません。

つまり、他人と協力しあえる人、というのは頭脳労働者になる絶対条件ともいえます。

では、具体的に、他人と“いい仕事”をするためにはどうすればいいと思いますか？

答えはとても簡単です。

相手のことを思い、相手の求めることを見つけ、喜んでもらえることする、これだけです。人間は単純なもので、優しくされると嬉しく、その相手にも優しくできるものです。「優しくしてもらったから、自分も優しくしよう」、そう思ってくれる人を増やしていくことが大切です。

そう思ってくれる人がたくさんいる人は、窮地に立たされた時に多くの人が手を差し伸べてくれます。自分よりも「頭のいい人」や「仕事のできる人」にだって勝てるかもしれません。

そんな人になるためにも、「人が何を求めるか、何をしたら喜んでくれるか」を常に考えるクセをつけましょう。

1-2 ◎楽するのは決して悪いことではない

仕事のメリットはいくつもありますが、「収入」は大半の方が感じているメリットだと思います。高収入であるほど嬉しく、収入があることで、仕事のやりがいや日々の充実感も感じることができるといえます。

では、その「収入」を増やすにはどうしたらいいのでしょうか？

簡単なものでは、「もっと働く」という方法があります。

確かに収入は働く時間とともに増えていきます。でも、私たちに割り振られているのは、1日24時間。今以上働くとなると、貴重な時間を削ることになり、心身を壊してしまうことだってあります。

「もっと働く」のが難しい場合、収入アップは見込めないと思われるかもしれませんが、世の中には、自分と同じ時間働いているのに、10倍、20倍の収入を得ている人も存在しますよね。仮にあなたと同じ職種の人限定しても、同じことがいえると思います。

その人とあなたでは、いったい何が違うのでしょうか？

その答えは、「今の仕事を、どのようにして楽にするか」を追求しているかどうかにあります。

「もっと簡単に稼ぐ方法はないか」、「楽して効率良く稼ぐにはどうすればいいか」、こういう考えを持っていると、必然的に収入はアップしていきます。

向上心のある人や真面目な人は、「楽するだなんてとんでもない」と思うかもしれませんが。「地道にコツコツ汗水垂らして働くからこそ、“仕事”なんじゃないか」と思われる方も多いと思います。確かにこの考えを持っている人は立派な人であり、上司からも一定の評価を得られるのではないかと思います。

しかし、生真面目過ぎた性格は、心の余裕を失うことにも繋がります。目の前のことに必死になりすぎるがあまり、「相手を喜ばせる」などの付加価値を忘れ、頭脳労働をサボってしまう人も多いのです。

「もっと簡単に稼ぐ方法はないか」、「楽して効率良く稼ぐにはどうすればいいか」と考えることは、「仕事をより効率良くこなして、他にできることはないか」、「もっと自分ができる

ことがあるのではないか」と考えることとイコールです。

これは、「頭脳労働」をしている、ということです。

決して悪い考えなどではなく、経営者としても、1人の人間としてもとても大切なことです。

このような考えは、以下のようなプラスの循環、幸せのループを生み出します。

周囲や社会に貢献する

↓

貢献するには、仕事を効率化する必要がある

↓

効率良く仕事をするためには、仲間が必要

↓

仕事に生まれた余裕は、自身の心の余裕になる

↓

仲間を大切にできて、絆が深まる

↓

協力体制が整い、さらに仕事の効率化ができる

↓

さらに周囲や社会に貢献できるようになる

このような良い無限ループの最中に入れば、あなたの収入はどんどん上がっていきます。

「楽をする」、これだけ聞くと確かにサボっているように感じますが、決して悪いことではないのです。

1-3 ◎やりがいを見つける

「やりがい」とは、それをするものの価値、することによって得られる充実感や満足感を指します。また、やりがいはモチベーションにも繋がります。

つまり、自分の将来の夢や目標が明確にあり、それを叶えるための過程で、今自分がどのあたりに達しているのかを把握していれば、やりがいを感じられるということです。

例えば、プロのアスリートを志しているとしましょう。

自分がプロになるまでの過程として、厳しいトレーニングや食事制限を捉えることができたならば、やりがいをもって、持続することができるはずです。

まず、できることは将来の自分を思い描くことです。

どんな人生を理想とするのか、また現状の位置付けを把握し、夢や目標に向かってコツコツと頑張っていきます。

・・・とはいえ、実際は、夢を漠然と考えている大人もたくさんいます。
ハッキリした明確な夢がなくても、大丈夫です。

そんな人はまず、目標となる人を見つけることから始めましょう。
先ほどのプロのアスリートを志す例でいうと、自分が憧れている選手を”最終的な夢、目標”と考えるのです。

しかし、オリンピックのメダリストなどに設定すれば、自分と比較して到底叶わないと挫折してしまうこともあるはずです。

そんな時は、もっと身近にいるトレーナーや先輩を目標にしてみましょう。
もう少しハードルが下がるので、「努力すれば、追い越せるかも？」と思えますよね。
1段階目の目標は、身近な存在でもいいのです。

その1段階目の目標を叶えられたら、次にもう少し上の目標を立てます。
最終的な夢、目標に辿り着くまでに、今の自分が超えられるギリギリの細かい目標をいくつも立てておくことで、モチベーションを維持しながら進むことができます。

1つ1つ壁を乗り越えていくというのは、達成感にも変わります。

1-4 ◎自分の天職とは？

天職というのは、個々それぞれ異なるもので、自分に合った職業のことです。
自分もまた、その仕事が好きで何があっても全うできる職業です。

天職に早めに気付ければ良いのですが、目に見えないものである以上、天職が分からないま

ま人生が過ぎていっているという人も多いと思います。

天職を探している人におすすめなのが「3・3・3の法則」です。

この法則について、例を挙げて紹介していきます。

あなたはとある飲食店に勤めることになりました。

まずは、「3日間」何も考えず、がむしゃらに働いてみてください。

職場の雰囲気や人間関係も大体分かると思います。また、精神的な部分はさておき、身体的に向いているかどうかは何となく感じられるのではないかと思います。

次は、「3週間後」です。

ある程度仕事内容も覚え、お客さまへの接客もこなれてくる頃だと思います。ここまで来たら、精神的にも自分に合った職業なのかが見えてくるはずです。

精神的に向いていない、辛いと感じることもあります。余程のことでない限り、後2ヶ月ほど頑張ってみてください。

「3ヶ月」経つと、気持ちの余裕も生まれてきます。一緒に働いている人とのコミュニケーションも図れるようになる他、常連のお客さまと会話することもあるのではないのでしょうか。業務的にもやれることが増え、次第にやり甲斐を感じられる頃でもあります。

もし、そう思えたのであれば、飲食店はあなたの天職だったということになります。

お店のために、スタッフのために、そしてお客さまのために仕事を喜びに変えていく生活が始まります。

「3・3・3の法則」は、3日間、3週間、3ヶ月での自分の思いを”根拠”として自分に合っているかどうかを調べる方法です。

ただ結局は、行動してみないと自分の天職も見つけようがない、ということです。

「やってみたいことがあるけど、自分には向いていないと思う」

「自分にはもっと向いていることがあると思うから、これはやりたくない」

などと、自分の可能性に蓋をしてしまうと、天職に就くことはおろか、気付くことさえできなくなります。

何事も行動あるのみ！なのです。

今やりたいこと、やってみたいこと、やるべきことがあるならば、まずは「3日間」チャレ

ソジしてみてください。天職が思わぬところで見つかるかもしれません。

1-5 ◎理論は本当に大切なのか？

理論的に行動できる人は、頭の回転が良く、成功者のイメージがあります。
確かに独立起業で成功している方などは、理論的に行動できる人のイメージがありますが、それは違います。

むしろ、理論的な考えが成功への道のりを邪魔してしまうこともあるのです。

理論的な人が得意とするのは、ロジックを組み立てることです。
しかし、考えが先行するあまりに「本当にこれで大丈夫だろうか、もう1度シミュレーションしよう」となかなか行動に移せない方が多いのです。

もし、あなたが独立起業を目指しているのであれば、理論的になりすぎないように気をつけてください。

起業を目指す方は、誰も思いつかないアイデアを形にしていかななくてはなりません。既にあるものを提供して成功するのはなかなか厳しい道のりです。

どんなものを提供していけば、お客さまに喜ばれるかを必死に考え、突き詰めていくと成功例のないアイデアに行き着きます。

このタイミングに、理論的な考えは不要です。

必要なのは、「直感」です。自分の勘や自信も大切です。
自分の練りだしたアイデアが成功すると信じましょう。あとは、行動あるのみです。

行動しないことには結果は生まれません。悪い結果になったとしても、行動することが大切です。行動しないと得られないものも多くあります。失敗してはじめて、理論的な考えが必要になり、それが結果的に成功を生み出すことに繋がることもあるのです。

行動して生まれた結果を研究、分析し、次の一手を考える判断材料を作ります。理論的な考えは、ここではじめて活きるのです。ここまでは、全て自分の直感を信じて突き進みましょう。

1-6 ◎人を喜ばせるには？

頭脳労働というのは、人を喜ばせることが大切だとお伝えしました。

では、具体的に人を喜ばせる方法というのは、どんなものがあるでしょうか？

一言に「喜び」といっても、楽しい・嬉しい・落ち着く・美味しい・前向きになる、いろいろあります。仮に人を笑わせるセンスがなくても、喜ばせることはできるのです。

ただし、どのような「喜び」でも、自分自身が喜びと感じられるものでなければ、相手も喜べません。

例えば、人に楽しいと思わせたいのに、ムスツとしかめっ面でいれば、楽しいものも楽しくなくなってしまいますよね。つまりは、そういうことです。

人を喜ばせたいのであれば、まずは自分を喜ばせることが大切なのです。

またそのための時間は十分に取ってください。

より分かりやすく説明するために、1つ例を挙げて紹介します。

あなたは、YouTuber としてデビューし、多くの方に楽しんで欲しいと考えています。流行っているゲームの実況プレイ動画を作成し、面白いトークもできた、あとは YouTube に投稿するだけですが、これだけで時間を取ったとはいいいません。

ゲームの実況プレイといっても、マップの移動時間やマッチングの待ち時間に何も喋らないことがあるかもしれません。その時間をトークスキルで補えるのであれば良いですが、多くの場合は無駄な時間が発生する動画となってしまいます。

時間をかけて、動画を編集する時間が必要だということです。

カットや字幕入れ、BGM の挿入、オープニングやエンディングの作成など、時間をかけられる部分はまだまだたくさんあります。

動画編集技術を学ぶのも大変ですが、それを上手く活用し、多くの YouTuber にも勝る面白い動画をアップロードするのはとても大変です。でも、こうやって時間をかけて作られたものだからこそ面白いと評価され、視聴者に喜んでもらえるのです。

これが、頭脳労働で人を喜ばせるということです。

世の中には、無数の趣味があり、人の考えも十人十色です。

まずは、自分との共通点のある人を探し、その人たちを喜ばせられるように時間をかけてみてください。その分野におけるプロになれば、自分も楽しみつつ、他の人を喜ばせる人間になれるはずです。

1-7 ◎まとめ

頭脳労働者とは、人を喜ばせる、楽しませる仕事です。

頭脳を資本としますが、学歴や知力が求められるわけではありません。人が喜ぶには、楽しむにはどうすべきか、を常に頭で考えられる人に向いています。

そのためには、頭脳労働者となるあなた自身の心と時間に余裕を持たせ、自分自身が喜び、楽しむことです。自分を喜ばせることができない人、楽しませることができない人は、真に人を喜ばせる、楽しませることなどできないのです。

人生を豊かに歩むためにもこのことを頭の片隅において、生き方を模索してみてください。

第2章 “成功者”になるためのマニュアル

第1章では、思考の部分にフォーカスをあてて解説してきましたが、第2章からは、具体的な方法についてのお話をさせていただきます。

人の喜ばせ方について理解したものの、実際どう行動していくか分からないのでは本末転倒です。“成功者”はどのような方法を仕事に活かしているのでしょうか。

◎計画は綿密に立てる

「計画を立てる時は、綿密に時間をかけてください。」

『理論は本当に大切なのか?』の内容と矛盾しているように聞こえますが、違います。この時にお伝えしたのは、“行動する前”のお話であり、今回は“行動する時”の計画についてのお話です。

例えば、社内で発案したいことがあるとします。

「どうせ採用されないであろう」とあれこれ悩んだまま、結局行動に移せないのが悪い例です。自信を持って行動することが重要だとお話させていただきました。

勇気を出して発案してみたところ、あなたのアイデアが採用されました。あなたはそのプロジェクトを任される立ち位置となり、今後の計画書を提出することとなりました。

今回の「計画は綿密に」という話は、この計画のことです。時間をかけて入念に計画を立てないと失敗のリスクが大きくなりますし、時間のムダになってしまいます。しっかりと綿密に考えることは、リスク回避の目的もあるのです。

計画を綿密に立てておけば、「〇日までにこれを終わらせる」とか「この仕事を優先にしよう」とか、今後の予測が立てやすく、気持ちに余裕も生まれます。優先順位をつけて、しっかりと計画書を作り込みましょう。

最初は時間のかかる作業ですが、結果的に時間の無駄を減らせ、効率的に仕事を進めることができます。また、進捗状況を把握しやすく、周囲の人や上司の評価もあがり、働きやすい環境をつくることができます。

◎フロー状態を習得する

フロー状態とは、非常に集中した状態のことで、これに達すると能力が活性化され、自分自身も充実感、満足感を得られるようになります。

独創性、洞察力、直感も高まり、人が思いつかないようなアイデアがポンポン出てきます。何をするにも効率良くサクサク進められるので、仕事をこなすのに最適な状態といえます。

では、このフロー状態を習得するにはどうすれば良いのかを解説していきます。

いろいろな方法がありますが、“緊迫感を身につける”という方法があります。

「夏休みの宿題を最終日にまとめて終わらせた」なんて話が良くあります。

一般的に夏休みの宿題というのは、1ヶ月以上あるものなので、最終日わずか1日で終わらせられるほどの量ではありません。

それなのに「最終日にまとめて終わらせた」なんてことができるのは、フロー状態に入っているかだと考えられます。

人間はピンチに陥るとフロー状態に入りやすくなります。

「自分は死ぬのかも？」と思った時に見るといわれる”走馬灯”もこれの一種だといわれています。何とかこの状況を打開する方法はないのかと過去の経験を思い出し必死に模索するのが、”走馬灯を見る”ということに繋がるのだそうです。

「じゃあ、毎回ギリギリに終わらせればいいよね」と思うかもしれませんが、それは、危険です。緊迫感もなにもないので、作業効率は上がらず、結果終わらなかったなんてことにもなってしまいかねません。仕事において、そういう考えは捨てましょう。

緊迫感というのは、本当の期限ではなく、自分の中の期限でも生まれるものです。

夏休みの宿題が後回しになってしまうのは、遊びを優先してしまうからだと思います。人間というのは何処か自分に甘いところがあり、楽しいことを優先する気持ちがあって当たり前です。

では、宿題をいつやれば良いのか、というのは「楽しい一大イベント」の前に期日を設定するのです。

例えば、旅行に行く予定があるのであれば、その前日を期限とします。

そうすれば、夏休みの終了を待たずにフロー状態をつくることができるのです。

自分にご褒美を与えたりすれば、緊迫感をある程度コントロールすることができます。それを活かせば、作業効率をグッと高めることができます。

まずは、自分自身に勝つため、”フロー状態に入ること”を習得していきましょう。

◎行動力を養う

緊迫感を作り、作業に没頭できる時間が増えると、他にももっとできることがあるんじゃないか？と考えられるようになります。自分から自然に作業を課すことができるので、苦だと

は感じないはずですよ。

このように作業量を増やしていけば、徐々に仕事をするのが楽しみに変わっていきます。ただ、ここに達するには”行動力を養うこと”が必要です。

行動力をつけるための訓練の1つに「1つのことを習慣化できるまで続ける」という方法があります。

スクワット 10 回を 3 セットやるでも良いですし、朝 30 分早く起きて散歩をするでも良いです。なんでも良いので、毎日継続できる何かを目標として設定し、ルーティンといえるようになるまで実行します。

そうすることにより「自分は〇〇をするんだ」という行動力を鍛えることになりますし、「スクワット 10 回 3 セットに慣れたから、20 回にしてみよう」と新たな目標を設定することも可能です。

できることをどんどん増やしていけば、行動力は養われ、仕事にも活かされるようになります。「継続的に努力できる人」は、社会の中でも評価されやすいため、仕事での評価もあがります。

これは今日これからでもできることですので、まずは 1 つ、自分の無理ない範囲でできることを考えてみましょう。そして、今日、明日、明後日と、毎日ルーティン化していきます。無理ない範囲でできるちょっとしたことが、あなたを大きく成長させてくれるのです。

◎まとめ

成功者となるには、

- ・やる！と決めたことの計画は時間をかけ、綿密に立てること
- ・自分を緊迫感で包み、フロー状態に入り、自分を追い込むこと
- ・しっかりと自分の決めたことを継続して実行すること

この3つが大切です。

正直難しいことは何1つありません。

生活習慣の視点を少し変化させるだけで実践できるようなものばかりですので、是非、今日

から早速取り組んでみてください。

このことから分かるように、成功者とあなたとの差は紙一重です。
この方法を知っているか、そして実践できているかどうかの違いしかありません。

あなたは今日この方法を知り、「こんなことで成功者になれるのか」と半信半疑な気持ちに陥っているかもしれません。でも、しっかり実践すれば、自分の成長に必ず繋がります。はじめは少し苦に思うこともあるかもしれませんが、でも、それを継続して続けていけば、全て“日々の一部”として習慣付けることができるのです。

諦めず継続していけば、あなたが成功者になる未来も近いはずですよ。

第3章 全セールスマンに告ぐ！消費者心理に寄り添う営業マニュアル

第3章からは、『消費者心理に寄り添う営業マニュアル』としていろいろなお客さまの心理について学んでいただきたいと思います。

「営業マンじゃないから、関係ないし、読み飛ばそう」と思ったあなた。待ってください。第3章の内容は、今本書を読んでくださっている方全員に当てはまるものです。なぜなら、世の中の社会人にセールスをしたことない人は1人もいないからです。

是非、最後までお読みいただけると幸いです。

セールスというのは、ご存知の通り、「商品がお客さまにとってメリットのあるものだということを提示し、欲しいと思わせ、購入していただくもの」です。
ただ、この場合の“商品”というのは、文字通りの商品やサービスなどの品物に限りません。自分自身を売ることもまた、セールスの1つです。

例えば、意中の人がいるとします。

好きな人に好かれるため、お付き合いしたいと思ってもらえるようにあなたは努力すると思います。これもいわば、セールスと同じようなものです。

相手に自分と付き合ったらこんなに幸せになれるよ、という価値を提示して、相手に好きになってもらうわけです。

ですから、セールスをしたことのない人はいませんし、消費者心理は人生にも活かせるノウハウともいえます。

今から紹介するノウハウも、全てとはいきませんが、恋愛にも置き換えることができます。商品売るために、もしくは自分を売るために、相手にどうアプローチをしていけばいいのか、考えていきましょう。

◎心理的財布

今の日本は不況だといわれていて、「物が売れなくなった」と嘆く人もいます。しかし、それは間違いです。

それを証明するのが「心理的財布」です。

例えば、行きたくもない上司との食事に誘われ、5,000 円を支払いするとします。「5,000 円も使っちゃった」そんな風に感じるとします。

それから程なくして、大好きな相手と同じお店で食事して、同じ 5,000 円を支払ったとします。今度は、楽しい時間を過ごせて、美味しい食事が食べられての 5,000 円です。「5,000 円も使っちゃった」とは思いませんよね。

また、1 本 10,000 円もするヘアトリートメントを買ったとします。使ってみてあまり良い効果が得られなければ、「10,000 円損しちゃった、もう買わない」となりますが、髪質が良くなりサラサラになったとしたら、「10,000 円だけど安いくらいだわ、次もリピートしよう」となるわけです。

そのもの自体に相応の価値を見出すことができれば、いくら高価なものでも人は物を買うのです。消費者の「お金がない」というのは不況云々ではなく「そこまでの価値がない」というだけのことなのです。

セールスはこの「心理的財布」の紐をどれだけ緩められるかがカギです。

浪費しているのではなく未来の自分に投資しているのだと思わせることが重要なのです。

◎自尊心仮説

「自尊心仮説」とは、プライドの低い人ほど相手の押しに弱く、プライドの高い人ほど聞く耳を持たない傾向にある、というものです。

プライドとは、私の強さや自立心を表します。

プライドの高い人は、自分の意志を強く持った人なので、他人が説得力のある話を持っても、自分と違えば、はっきり「NO」と答えられる人なのです。

逆にプライドの低い人は、自己肯定感が低く、他人の意見を取り入れやすい傾向にあります。説得力ある相手をそのまま鵜呑みにして、言いなりになってしまうといったケースもあるでしょう。また、プライドの低い人ほど悩みを抱えているともいいます。

そんな人に自信を持って、その悩みを解消できる商品やサービスを紹介したとします。絶対、話を聞いてくれると思いませんか？

「人の弱みに付け込んで・・・」と思うかもしれませんが、まさにそうなのです。実際、悪徳業者や詐欺業者も使っている心理テクニックの1つなのです。

でも、決して悪いことばかりではありません。

無理な押し売りなどではなく、相手のことを思い、本当に悩みを解消できる商品やサービスを売るのであれば、相手は喜んでくれると思います。

最初に紹介させていただいた通り、ここでも、相手に喜ばれるかどうか重要です。

その商品が本当に良いものだとするならば、喜んでもらえそうな人を選んでターゲットにするべきです。そうすれば、「物が売れない」といわれる時代であれ、トップセールスマンになれるというわけです。

◎返報性の原理

「返報性の原理」というのは、相手に何かしてもらった時に自分も何か返さなくては、と思うことです。

例えば、デパートの試食コーナーが良い例です。

何気なく前を通ると店員さんがすかさず、「おひとついかがですか？」と声をかけてくれます。

つい手に取ってしまった瞬間、あなたは相手から影響を受けた、つまり何かしてもらったと考えます。

その商品の味が嫌いとかではない限り、「つい、買ってしまう」という行動に出てしまうのです。スーパーの店員さんは押し売りのようなことは滅多にしません、それでもつい商品を手にとってしまう人が多いのです。これが、「返報性の原理」です。

今はコロナ禍で試食コーナーもほとんどなくなりましたが、こういう経験をしたことのある人も多いのではないのでしょうか。

次に紹介するのは、試食の例のように罪悪感を相手に持たせ、交渉する「ドア・イン・ザ・フェイス」というテクニックです。

このテクニックは、相手が無理だと断るような条件をあえて突きつけるところからはじまります。

相手は当然、「無理」だと断ります。その後、先ほどの条件を少し緩和して、少し無理をすれば買える程度の条件にします。

相手に「この条件は先ほど無理だといわれたから、譲歩して出した条件だ」と伝わるように会話することが大切です。

そうすると相手は「条件を緩和してくれたわけだし、多少高いけどいいか」という気持ちになってくるのです。

例えば、この条件が 500 円程度の値引きだったとしても効果は絶大です。相手が先に譲歩してくれた、寄り添ってくれた、と思わせることが大切だからです。

この交渉テクニックもまた、悪徳商法で良く使わせるものなので気をつけてください。

◎認知的不協和

「認知的不協和」とは、心理的に矛盾している状況に直面した時、その矛盾から来る不安や不快な感情を払拭するため、強く動機付けられた行動をとってしまうことです。

これを活用した代表的なテクニックに「フット・イン・ザ・ドア」というものがあります。小さな要望を聞き入れている内に話がどんどん大きくなり、感覚が麻痺して、大きな要望も叶えなくてはならない、とってしまうことです。

あなたの家に突然、営業マンが訪問してきましたとします。突然何だろう？と思うかもしれませんが、とても丁寧で物腰が低く、いい人そうであれば、話くらいは聞こうと玄関を開けてしまうこともあると思います。

この時実はあなたには、「相手を玄関に招き入れ、話を聞いてあげる親切な自分」という認識が生まれています。

営業マンは商品の紹介をし、最終的には買ってくださいとお願いをされます。その時断ってしまうと、「相手のお願いを聞き入れない不誠実な自分」という認識が生まれます。先ほどの良い自分とは打って変わった感情に矛盾が生じてしまうのです。

この矛盾を解消するためには、営業マンのいう通りに商品を買うしかないと考えてしまうのです。もちろん、ここで断れる方もいますし、高価なものならそれは迷いも生じます。でも、ここで「ドア・イン・ザ・フェイス」を使うなど、営業マンも巧みにテクニックを使ってきます。なかなか断るのが難しいところまでいいように操られてしまうのです。

セールスにおける「認知的不協和」は、相手の行動に大きく影響を及ぼします。

しかし、最初から難しいお願いをすれば、即座にお断りされてしまいます。逆に「この人のいうことは受け入れられない」と話すら聞いてもらえなくなるため、このテクニックを使用する際は、最初にどんな小さなお願いをするかも重要になってきます。

◎希少性の法則

希少性の法則とは、いつでも手に入るようなものは価値が低い、反対に入手しにくいものは価値が高い、と錯覚してしまうことです。

例えば、毎日使用している水が良い例です。水道水に水道代以上の値段は出せませんが、南アルプスの～とか、富士山の～などといわれ

と同じ水でも価値が高くなり、買ってしまうといったことです。

他にも希少性というのは、「30 個限定」や「今日限り」といった”限定品”にも生まれます。日本人が弱いといわれる代表でもありますよね。

他にもアイデア次第で商品の希少価値を高めることはいくらでもできます。お客さまに喜んでもらうことを第一に考えていくと良いでしょう。

◎スリーパー効果

商品を売る時、あなた自身の信憑性がないことには、商品がなかなか売れません。全くもって見ず知らずの人から、「凄い商品があるんです」といわれても、なかなか信用し難いですね。それじゃ初対面の人の営業は無理じゃないか、と思うかもしれません。そんな時に役に立つのがスリーパー効果と呼ばれるものです。

スリーパー効果とは、何度も繰り返し聞くことにより、情報と信憑性が切り離され、説得力のみが残るという現象のことです。

ただ、最初に押し売りしたら当然の如く警戒されます。まずは、少しずつ広告などを利用して商品を PR していきましょう。

◎まとめ

セールスというのは、商品に希少価値を持たせ、自分自身に信憑性を持たせつつ、商品の PR をすることです。また、多少利益は落ちてでも相手の心理に寄り添い、値段を下げるといった譲歩をすることも大切です。

相手にどれだけ寄り添えるかが、あなたの信憑性を高くする部分であり、そうすることで商品も自然と売れるようになります。

しかし、一歩間違えると、悪徳商法と変わらない手法です。

第 1 章で説明した通り、人を喜ばせるということを忘れないようにしてください。くれぐれもこれらのセールステクニックを悪用することのないようにお願いします。

また、悪徳商法に引っかからないためにも是非活用してください。

最後に

本書特典レポートを通して、自分が将来なりたい理想の会社経営をイメージできるようになっていただけたら、嬉しいです。

また、理想の経営像が分かった人は、頭脳労働者の才能があるともいえます。

とにかく最初は「行動あるのみ」です。

例えば、今日こんな本を読んだよ、と感想を SNS に書き込んだりするだけでも良いです。それだけでも、言語化する力やプレゼン力が磨かれますし、周囲の人に話せば、コミユ力もつけることができます。

人生に無駄はありません。何か行動をすれば、あなたは必ず成長するのです。

そうして、成功の人生に少しずつ近付いていきましょう。