

1. 「選ぶ」ことの重要性

最近、まだ日本で翻訳されていない「The Accidental Salesperson」という本を原書で読みました。この本のタイトルの意味は、「アクシデントでセールスパersonになった人」ということです。日本でも「でもしかセールス」という言葉があります。「セールスでもいいか」や「セールスしかないか」ということをよく言うところから来ている言葉です。これはセールスをバカにしている言葉です。多くのセールスパersonはセールスという仕事に誇りを持っていません。医者と同じように私はセールスマンです。と胸を張って言えるかどうかは大切なことです。「仕事だから仕方がない」とイヤイヤ仕事をするのであれば成果が上がるはずはありません。私は、すべてのビジネスはセールスがなければ成り立たない最も大切なものであると声を大にして言いたいと思います。医者や税理士の人もお客さまがいなければビジネスは成り立ちません。そんな素晴らしいセールスという仕事を自らの意志で選んだのであれば、そして誇りを持って行うのであれば、必ず成功できると思います。この本の著者は、「ほとんどの人は自分の仕事を自分の意志で決めているわけではなく、『たまたま』その仕事に就いている。99%の人が自分の意志で決めていない。」と言っています。もしこれが本当だとすれば、自分の意志で「選択」しているという意識を持った瞬間に、トップ1%になってしまうかもしれないということです。これはすごいことです。もちろん結果がすぐに出るわけではないが、その状態が半年、1年、3年と続いたら、残りの99%の人たちとは、とてつもない大きな差がつくと思います。皆さん、次の質問を考えてみてください。「果たして自分は、今の仕事を自分の意志で『選択している』という自覚を持っているだろうか？」

2. 面白い実験 前の日にランチのためのレストランを選ぶ。

そのレストランは地元でよく行く所でチェーン店ではない予約が必要な所。そしてお客さんをランチに誘う。レストランに着いたら、メニューを全く無視して、私はオニオンスープとハーフクラブサンドイッチを注文する。お客さんに、何でも注文してください、と言う。予言。十中八九、そのお客さんは、あなたが注文したものを、ただあなたが注文したからという理由だけで注文する。皆さんも是非、この実験を試してみてください。ほとんど、あなたが注文したものを注文するでしょう。なぜなら、あなたの決断が安心感を与え、選ぶという面倒なことを取り除いてくれるからです。「選ぶ」ということは大変なことです。なぜなら世の中には選ぶことがたくさんありすぎるからです。テレビのチャンネルは多すぎます。洗剤の大きさは色々あって多すぎます。マスタードのブランドも多すぎます。ホームページの数も多すぎます。だからこそ、すばやくしっかりと選ぶことによって、あなた

は決断力が あり 責任能力がある人として、あなたは自分を位置づけることができます。「選ぶ」ということは大変です。私たちはみんな「義務教育」の中で「選ぶ」という能力を弱められて しまっています。何歳のいつにどこでどの教科をどの先生から教わって学ぶ のか を全部決められてしまっていたからです。自分の意志と自分の判断で自分がいつ何を勉強したいのかを決めることは できませんでした。だから学校に行く前には自然に持っていた「自分で自分が面白いと思ったことや、やりたいことを見つける能力」を 失ってしまったのかもしれない。だから、今の世の中、何をしたらいいのかわからない人が沢山います。途方にくれ、仕方なく知り合いのおじさんがいる工場で働いてみたり、どこかの会社の営業職に就いてみたり、なんとなく就職が決まったりします。もしくは就職せずにフリーターになったりします。みんな大切な自分の人生のことなのに自分の意志で「選択」できないのです。もう一度、皆さんに質問します。「あなたはあなたの仕事を自分で選択したと自信を持って言えますか？」

3 . マジックフレーズの意味は？

この本の中で、いくつかのマジックフレーズが出てくるのですが、その一つが、「これは、あなたに買う決断をさせるものではなく、ただ事実を見てもらうためのものです。」という言葉です。本の中ではセミナーに参加するように勧めたセールスマンが、お客さまから断られたときに使っています。日本語だと上手く訳せませんが、言わんとしていることは、相手に強制的な気持ちを与えずに、相手の「選択の自由」を尊重する というやり方です。うちの会社にも沢山のセールスマンがやってきます。私は、すぐに「結構です」と断ります。コピー機やOA機器のセールスは、相手が「あの、コピー機・・・」と言った瞬間に断っています。でも実は必要なんです。もし、パソコンやOA機器のことでも新しい情報を伝えてくれる人が いればいいなあと思っています。実は、結構いい見込み客だと思います。じゃあ、どうしてどのセールスマンにも興味がないかというと、それは「売り込みオーラ」をガラガラと出しているからだだと思います。やっぱり売り込まれたくないし、自分のペースで考えたい。でも考えるための情報は欲しいんです。だから、私が「結構です」と言ったら、このマジックフレーズを使う、「私はあなたに買うための決断をさせるのではなく、ただ必要な情報を提供するだけです。」と言ったら、ちょっと話を聞いてみようかという気持ちになるかもしれないと思います。人間の根本的な欲求に「自由」の欲求があると思います。売り込まれると自分のペースで考えられず、セールスマンに自由を制限されてしまいます。だからイヤなのです。しかし、「良い情報や役立つ情報」をもらうと選択肢が広がり、そして自由度が増すわけです。だから嬉しいので、そのセールスマンから買おうと思うようになると思います。今号は、「選ぶ」ということの重要性について考えてみました。人間が持っている「選択の自由」の欲求を是非、自分自身のことと他の人のことで考えてみて、自分のビジネスに役立てましょう。

最後までお読みいただきありがとうございます。