

見込みでは達成だったのに…

多くの企業で3月31日に年度末を迎えたことでしょう。予算・目標を達成できたか否かの最終締めを行う時期でもあります。

その際、見込み通りの数字が実際に出たでしょうか。残念ながら、見込みとずれる結果となることも少なくないようです。最も問題なのは、見込みでは達成だったのに、締めてみたら未達だったケースです。

見込みを大きく上回った達成も、また問題です。いずれにしろ、見込みと結果の差異が大きすぎることは、看過できない問題です。

では、何故、見込みが外れるのでしょうか。これは、大きく2つの原因があります（営業担当者の原因）。

見込みが外れる原因
①営業担当者が意図的に行うケース
②営業担当者のヨミが外れるケース

①は、未達予測計画を提出できないため、受注確率が低いことをわかっていながら、その顧客や案件を見込みに挙げることです。特に、見込み案件自体が少ない営業は、これを行いがちです。本来は、確率の低い案件は見切らなければいけません。しかし、それを行うと、見込み案件自体が足りなくなるため、後生大事に抱えることをします。

②は、そもそも見込みが高いのか低いのかを、営業担当者自身が正確に把握できていないことで起こります。概して、希望的観測で見込みに挙げるが多く、結果がずれるのです。大抵、そういう案件は、「何故見込みが高いと言えるのか？」と質問しても、曖昧な根拠が返ってきがちです。

見込みズレを生む曖昧根拠例
①担当者が好反応だったから、いけます
②上に話をしてみると言ったから、いけます
③提案に賛同してくれたから、いけます

何故、このような曖昧根拠となるのでしょうか。それは、要はお客様の本音をつかめていないからです。では、何故、本音をつかめないのか。それはクロージング不足だからです。クロージングを明確にかけないから、お客様が本音を言わないのです。

つまり、正確な見込み判断のためには、クロージングをかけることが重要です。しかし、昨今の営業担当者は、クロージングを苦手としている人が多くいます。中には、“クロージングをかけることは良くないこと”や“押すとCSが下がる”と捉えている人もいます。また、「検討して下さい」がクロージングと誤認しているケースもあります。いずれにしろ、この状態では、見込み判断がずれるのは当然の結果とも言えます。

弊社では、クロージングの本質や必要性を理解し、誤認を解き、さらに実技練習で押し慣れる等、様々なお手伝いを行っています。

是非、ご興味ある方は、ご連絡を下さい。



> お問い合わせはこちら