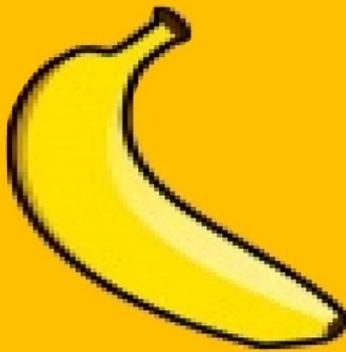


# 国際物流の営業ノウハウ in America

バナナを見せないとたたき売り



**Steve Taketoshi Saito**



# 国際物流の営業ノウハウ in アメリカ (バナナを見せないとたき売り)

Steve Taketoshi Saito

1.	まえがき	2
2.	イントロダクション	2
3.	アポイントメント <電話で>	5
4.	オープニング <名刺交換をした後あなたはどのようにする?>	8
5.	メモをする大切さ <ポテンシャルカード>	14
6.	プロービング <顧客のニーズを聞こう>	17
7.	クロージング <聞いたニーズが武器に>	22
8.	フォローと獲得 <気を抜くな>	28
9.	逃げ出したかった訪問<不平不満に隠された真実のニーズ>	31
10.	必ず出会う競争相手<同業他社>	39
11.	うれしいコメント	45
12.	多種多様なケーススタディー	46
	a. ディジションメーカーは米国ではなく日本(海外)の場合	
	① セールスリード	
	b. 鉄道の遅延で工場が停止しそうなケース	
	c. 目の前の担当がディジションメーカーでないと判明した場合	
	d. 書籍のディストリビューションの場合	
	e. LCLの輸出の物量が増えて混載の運賃では高すぎる場合	
	f. もうひとつの逃げ出したかった顧客の不満	
13.	エンディング	69
14.	自己紹介(普通の男です)	70
	<期待と不安の渡米初日>	
	<ホームステイ>	
	<仕事と英語の勉強>	
	<再度の渡米と永住権>	
	<寿司板前~国際物流業界へ>	
	<トレーニングはないの?>	
	<胃が痛くなるアメリカ人のトレーニング>	
	<新規事業の立ち上げと失業>	
15.	参考資料	82
16.	おまけ	87

## 1. まえがき

本書は米国永住 33 年〔2010 年現在〕そして米国での営業 25 年の経験と実践から得た、生きたすぐ使える会社訪問のノウハウを紹介するものです。頑張れば何でもできるという精神論よりも、明日からでもすぐに利用可能な実践論を中心に構成しました。具体的な言い回し、切り返しの方法、問題が起きたときの対応、名刺を交換してから最後のクロージングまでを一步づつ紹介します。

米国での会社訪問は敷居が高いと思っていましたが、結局は意外と簡単でした。英語を話す担当者との会議も本書で紹介する対話のノウハウを基本にし、自分のカラーを生かして自信を持つことができれば、英語がにがてでも、会議の主導権を握ることができま

す。実際に経験した訪問の具体例をわかり易く引きながら、コーチと生徒が一对一で学びあう対話形式にしました。 いろいろな専門的表現も日英両語で理解できるようにしてあります。

すでに自分の営業のスタイルを確立された方、何か新しい方法を探されている方、これから営業を始められる方、アメリカに駐在されている方まで、アメリカで学んだこのノウハウがひとつの大きなヒントになることと確信しています。そして、今まで苦手だった顧客訪問が、少しでも得意になるお手伝いができることは、幸甚の極みです。

## 2. イントロダクション

初めての訪問で、初めて名刺交換後、あなたはなんと言って商談を始めますか？  
顧客はあなたを観察しています。

**“大統領の演説聴きました？”**

**“雨はいやですね”**

**“昨日の野球みましたか？”**

アメリカでの営業はかなりドライで、初めて会った担当者には、天気の話、スポーツの話、家族、政治、宗教等の話題にはあまり触れません。顧客は多忙な中で時間を作ってくれているので、なるべく簡潔に無駄の無い会議を望んでいます。顧客がこういった話題をきりださない限り、自分から言い出すのは厳禁です。限られた時間内に訪問の目的を果たさなければなりません。ただし、こういった話題が顧客の私的ニーズ（後ほど説明）に反映し、ビジネス獲得に間接的、直接的に結びつく場合は例外です。その時はどんどん話しましょう。

よくある訪問の例を想像してみると、

営業： “早速ですがこれが弊社の会社案内です。（りっぱな会社案内を開いて 一つ一つのサービスを説明し始める）弊社は海上のフルコンテナと混載のサービスをご提供しています、、、”

*“Please allow me to introduce our company with this brochure.  
We can provide you with the ocean Full container load and Less than container service.....”*

これは典型的な“バナナのたたき売り”です。顧客から情報・ニーズを聞き出す前にこうはじめると対話が続かなくなり、あとになって自分を苦しめることとなります。会社説明が終わるまではいいのですが、終わってしまった後、なんと言うのでしょうか？

営業： “以上ですが、いかがでしょうか？ 試しに弊社のサービスをつかっていただけないでしょうか？”

*“This is the summary of our company service. What do you think?  
Would you like to try our service?”*

または、“ご利用いただけるようなサービスがございましたか？”

*“Did you find our service useful?”*

これでは、顧客に多々あるサービスの中から、使えるものを選んでくれと言っているようなものです。顧客が国際輸送よりも国内輸送を必要としていた場合、上記の会社案内はまったく無意味になります。また海上貨物よりも航空貨物の物流が多い場合、顧客はあなたの会社案内のなかで、航空貨物のサービスの説明があるであろうと期待をし待ちつづけます。待ったあげく、その説明がなければ、時間の無駄をさせたこととなります。顧客の印象も“アマチュアの営業だな”ということになってしまいます。

上記は1つの例ですが、アメリカでの商談のプロセス、考え方、傾向性、又文化の違い等を学ぶことによって、商談は相当楽になります。なおかつ主導権を握りながら、効果的な結果が獲得出来るようになります。どういう表現をすれば、理解しやすい言い方なのか？ 的を得た質問とは？ 日本における営業と異なるところ、似ているところを比較しながら、読んでいただければ、なおさら面白い参考書になると思います。

日本人のアメリカでのイメージは、誠実、忍耐づよく、細部にわたる気配りができ、勤勉で責任感にあふれているです。いろいろなタイプの顧客を訪問した中で、この内面の人格、個性が営業の技術に加味されたとき、本当の意味での WinWin ウィンウィン（すべての人が喜ぶ）の商談を生み出せるということに確信しました。

一方、このような印象もあります。英語で会話をしている時、相手が何を言っているかわからなくなった時の照れ隠しの笑顔をする。遠慮して、パーティーで飲み物を

勧められた時など、本当はビールがほしいのに、ノーサンキュウと言ってしまう。自分からは意見を言わないが、聞かれると、しっかりしたものをもっている。決断を下すのに、時間がかかる。どちらかという引込み思案で討論がながて。

娘は大学一年（Freshman）、息子は高校3年（Junior）になりました。アメリカでは数字で学年を表しません。4年制の学校で一年生からこういいます。Freshman, Sophomore, Juniro, Senior 等です。

子供たちのアメリカ現地校での生活を振り返ってみると、幼稚園では車座になって床にあぐらをかき、意見の交換をしている場面を多々見ました。小、中学校では研究発表は当たり前で、宿題で、クラスメートの前で自分が作成した研究を上手に伝えて合っていました。高校ではディベート（討論）の授業が選べ、私も年に何回か討論会の審判員になったこともありました。

子供とは思えないやり取り、そして、明快な起承転結には大変驚きました。こうやって、自然のうちに自己主張の教育を受けているんです。アメリカ人の討論が上手なわけが理解できます。

米国での26年の営業経験は台湾系の船会社に1年半、米国系の大手混載業者（アジア担当営業副社長）に13年、日系の物流会社（複合輸送担当副社長）に3年半、そして韓国系の国際複合輸送会社（セールス/マーケティング副社長）に8年（現在2010年）。

台湾系の会社では海上輸送の基礎を学びました。日系、韓国系の会社では、海上に加え航空貨物のいろは、海外代理店との交渉・契約、会社組織の運営、人材育成、下請け業者とのネゴ等々。そして米国系の会社での13年間は“忍耐と持続は力”、“ハードセールとソフトセール”を経験しました。毎日8件以上、週に35件以上の会社訪問が義務付けられ、10年間以上このペースを継続しました。

本書の顧客訪問のスキルは、営業が主導で会話・商談が進められます。営業からの会話のほとんどは質問形式になります。よってその言葉の語尾は“か？”になります。いかに顧客に多くを語らせ、自然に無理をせず必要な情報を獲得するかが、営業の腕の見せ所となり、それが新規ビジネス獲得のチャンスとつながっていきます。

会社案内・商品・サービスの内容を商談のはじめから説明せずに、価格よりもまずサービスを主体に販売するステップです。セッティングは社内で営業の“先輩と新人”、又は、“顧客とその営業担当”の役割でシミュレーションを多くしました。よって、実際に会話を交わしているように分かりやすくしました。ところどころに\*\*\*\*\*<タイムアウト>\*\*\*\*\*を挿入し、間違いを指摘しながら、よりよい言い回し、表現をコーチしていきます。それでははじめましょう。まずはアポイントのとり方からです。

### 3. アポイントメント

#### ＜セッティング：電話をする前、先輩と新人の会話＞

- 先輩： 電話で訪問する顧客にアポをとって来週の訪問計画を作ってください。
- 新人： どんな会社をターゲットにすればいいですか？
- 先輩： 色々な選択があります。  
全くの新規の顧客。以前ビジネスチャンスがあったが断られた顧客。そして現在サービスを利用いただいているが、まだ新規ビジネスの可能性のある顧客等です。
- 先輩： すでにある程度の情報が社内に存在する顧客は新規のビジネスをターゲットにする場合に含まれますので、ここでは新規開拓時に絞ってのステップを説明していきましょう。
- 新人： 電話でアポ取りの前に準備することありますか？
- 先輩： ターゲットにしている新規顧客の情報を可能な限り調べておいてください。

1. 会社の名前、住所、電話番号
2. 取扱商品
3. 担当者の名前と役職と部署
4. 業者選択決定権保持者（これからはディビジョンメーカーと呼ぶ）の名前と役職
5. メールアドレス

- 先輩： しっかり情報管理をするためにこのポテンシャルカード（参考資料1）を使うと便利です。 営業を進める中でより多くの情報取得がビジネス獲得のキーになります。また、取得した情報は個人的にも会社にも大きな財産になります。

#### ＜セッティング：電話でアポイントメントを取る＞

- 新人： 電話でのアポ取りは初めてなので、どうしていいか全くわかりません。 ステップを教えてください。
- 先輩： 色々なアプローチがあります。いくつか紹介しましょう。直通の電話番号がない限り、通常受け付け（もしくはそれに代わる人）がまず電話に答えます。受け付けは多数の電話に対応しますので、一つ一つを早く処理しようと思っています。簡潔に会社名と自分の名前を告げた後、こう言ってください。
- 営業： **“ABC ロジ（仮）の斎藤と申しますが、取り次いでいただく前に国際物流部門ご担当のマネージャーの方のお名前をいただけますか？”**

*“This is Steve Saito with ABC Logi. Before transferring me, may I have the name of the person who is in charge of the international logistics?”*

先輩： こう切り出すことによって、名前も聞けずに取り次がれてしまう場合を回避できます。

もしくは、

営業： “弊社の会社案内をお送りしたいので、国際物流部のマネージャーの方のお名前、お役職をおしえてください、また念のため直通の電話番号もお願いします。”

*“I would like to send our company brochure to your international logistics manager. May I have the name, title and department of the person? And also please give me the direct phone number if available.”*

新人： 受け付けがどのような用件ですかと聞いてきそうですが？

先輩： アメリカではよく聞かれます。面倒くさがらずに、落ち着いて、丁寧に手短かに答えてください。とにかく誰に対しても第一印象は大切です。もしかすると、電話に答えていた人が社長秘書で、つけんどんな対応が悪い印象として社長に伝わり、訪問時に困ることもあります。

新人： わかりました。

営業： “国際物流のコスト削減とサービス向上のご提案をする機会をいただくために、アポのお約束を取りたいと思い、お電話しております。”

*“I am calling to set up an appointment to discuss cost reduction of transportation and improvement of service.”*

先輩： 担当者につながりました。アポ取りをわたしが顧客と思って練習しましょう。

営業： “はじめまして、ABC ロジの Steve Saito（仮名）と申します。国際物流ご担当の Bob Smith さま（仮名）ですか？”

*“Hello, my name is Steve Saito with ABC Logi. Am I speaking to Mr. Bob Smith in charge of international logistics?”*

“弊社は国際物流のサービスをご提供しておりますが、ぜひ弊社のサービスの説明をさせていただきたいので、お時間をいただきたいのですが？”

*“We are an international logistics service provider and would like to set up an appointment to explain our service.”*

顧客： “いいですよ” “No problem”

営業： “丁度、来週そちら方面へ行く都合がありますので、来週お邪魔してもよろしいでしょうか？”

*“May I come by your office next week because I happen to be in your area at that time?”*

\*\*\*\*\*<タイムアウト>\*\*\*\*\*

先輩： 言いがちですが、決して言うてはいけません。再確認しますが、これは初めての訪問です。“行く都合がありますので”の言い方では顧客に会うことが「つい」と思われてしまい、顧客もこの訪問がついでになります。

新人： つい、こう言ってしまいそうです。

先輩： “来週お邪魔してもよろしいでしょうか？”という聞き方も工夫が必要です。これですと、訪問が可能かを聞いていることになります。アポが取れることが前提の言い方があります。こう聞いてください。

営業： “ぜひ訪問して御社のニーズをお聞きし、弊社のサービスのご説明をしたいので、来週の火曜日か水曜日のご都合はいかがでしょうか？”

*“I would like to set up an appointment with you to discuss your needs and explain our service. Are you available next Tuesday or Wednesday?”*

会うことを前提に顧客に二者選択の聞き方をしてください。また仮に両日だめでも別の日にちを指定しやすくなります。

新人： それでは時間の指定も二者選択で聞いたほうがいいですね？

先輩： そのとおりです。“10時か2時のどちらがよろしいですか？”もしくは“午前と午後ではどちらがよろしいですか？”等です。

新人： 忙しくて近日中のアポが設定できない場合どうすればいいですか？

先輩： その場合はこう聞いてください。

営業： “かしこまりました、お忙しそうですので、また来週お電話いたします。その時あらためてアポの設定をさせていただくということでもよろしいですか？”

*“I understand that you seem to be busy this week. Can I call you back next week to find out your availability?”*

先輩： 必ず忘れずに電話をしてください。相手は忘れている場合が多いですが、こちらが忘れていた時は例外と相手は覚えているものです。約束した期間内に電話ができない時は次回のコンタクトが大変難しくなります。

新人： 再度電話をしたときはどのように切り出せばいいですか？

営業： “先週ご都合がつかいないとの事でしたのでお約束どおり再度電話させていただきました。”

*“I am calling you back as promised to set up an appointment for this week because you were too busy last week.”*

先輩： あとは先ほど覚えた手順ですすめてください。

新人： 日程の設定以外に気をつけることありますか？

先輩： アポが取れた担当者がデシジョンメーカーであるかを確認する必要があります。業者変更の決定が下せる担当者に会うことが理想です。

新人： あった時に確認すればいいと思いますが？ 正直行ってアポ取りだけで精一杯の感があります。

先輩： 確かにそうですね。それではこうしましょう。話している方以外にこの会議に参加必要な方がいるかを尋ね、その担当者から参加していただくようお願いしてみてください。

営業： “訪問の際、弊社のサービスのご案内をさせていただく必要のあるご担当の方が他にもいらっしゃいますか？”

*“Is there anyone else you need to invite to our meeting?”*

新人： 他に心がけることありますか？

先輩： 会議の時間を最大限に有効利用するため、前もって準備する情報、会議時に提出する情報等を聞いておければベストです。顧客は何かの準備をしようとしてくる営業に対しては好感度をあげます。

営業： *“Is there anything you want me to prepare for this meeting?”*

もしくは

*“Should I prepare anything for this meeting?”*

最後に日にちと時間と繰り返して確認をとり、再度自分の名前と会社名、電話番号と告げる（のちに、キャンセル等の連絡が相手から出来るよう。）

営業： *“I will meet you on (date) at (time). My name is Steve Saito with ABC Logi. Let me give you my phone number in case you need to contact me before the meeting.”*

#### 4. オープニング・名刺交換の後どうする？

初めての会社訪問の目的の確認