

# 仕事のヒント

著者 神田昌典

困ったらひらく！迷ったらひらく！答えが生まれてくる！

お客さまの声は特効薬であり、万能薬である

歩行者天国で呼びかけた時、相手が振り向くかどうか？  
それが「お客さまの絞り込み」ができているかの判断基準

営業マンの仕事は「説得すること」ではない。  
「説得する必要のない客」を見極めるだけ。

今のお客さまは「もっと自分を大切にしてほしい」と声なき声を上げている。

利益が低いのは、ただ単に商品を売っているから。  
パッケージ化して冒険を売ることを考えよう。

お客の頭の中を読める人は、お客にモテる。

営業電話は、**25秒以内**の御用聞きに徹する。

真剣な客ほど、営業マンに「切られる」ことを怖れる。

自然は、真空を嫌う。  
顧客リストも、真空を嫌う。

お客が少ないからこそ、歯を食いしばって断る。

**100回**の自慢をするよりも、**1回**の他人の推薦。

こめつきバッタではなく、殿様バッタを目指す。  
(お客の奴隸になるなという意味)

人を説得するには、叫ぶのではなく、ささやく。

**DMを書いてはならない。**  
お客様に手紙をかくのだ。

「商談時に歯を食いしばっても守るべきルール」を紙に書く

あなたが2割以上話すと、交渉は失敗。

お客様は決定に時間がかかる。「買おう」と決めたその時に、目の前にあなたがいないと、たまたま訪れたライバルがさらっていく。

お客様を紹介してもらうためには、紹介依頼の前振りをする。

「俺がやれば売れる」というのはバカのやること。  
賢者は「バカでも売れる商品」を扱う。

売れない理由のトップは「わかりにくいいから」

売れない理由の二番目は「お金が払いづらいから」

商品選択基準は、お客様が知っているものではなく、あなたが教えるものである。

政治や経済を語るより、お客様が日常で感じている悩みに共感する。

「お送りした資料はご覧いただけましたでしょうか？」これは最悪のトーク。

初回購入後21日間に3回感動すると、お客様はその会社のファンになる。

適切な答えを得るためにには、適切な質問をしなければいけない。

収入は才能で決まるのではなく、売る力で決まる。  
そしてそれは、誰でも簡単に学ぶことができる。

お客様は整理整頓されたところで眺めるが、ごちゃごちゃしたところで財布をひらく。

(整理整頓された場所では理性が働いて衝動買いはない。お祭りなどで散財する)

口コミをシステムチックに増やすには、30分考えるかどうかの差である。

ブランドはロゴが作るのではなく、信者客の数が作る。

「こんなのは誰が買うの？」と笑ってしまうほどの高額商品を用意する。

一つの価格よりも二つの価格。

一つの選択肢よりも二つの選択肢。

買う理由を説明するよりも、買わない理由を全て潰す作業を

顧客を満足させるためには、期待を下げておいて、約束以上のものを提供する。

どんなに「素晴らしい商品です」と力説しても、圧倒的な証拠がなければお客様はあなたの言うことを信用しない。

「商品を使っている自分」がイメージできないと、お客様は購入決定ができない。

無料特典が無料であるからこそ、価値をきちんと説明しないと単なるゴミと思われる。

今喜んでいる人を、さらに喜ばす。

購入するメリットよりも購入しないデメリット。

自分が言いたいことを言うと売れない。

お客様が聞きたいことを言うと、売れる。

タイミングを敏感にとらえよ！

そうすれば少ない予算でお客様は集まる。

あなたに情熱がないと、情熱のない「お客様の声」が届く。

変化に気づかない金魚は、熱湯の中で死ぬ。

ビジネスは足し算ではなく掛け算。

一つ実績を作れば、二つ目はもっと簡単。

創業期のビジネスは、貧乏を味わうことが大切。

お客はお客の行列をみてお客になる。

あなたの商品・知識・実力をみてお客になるわけではない。

お客はモルモットになりたくない。

自分の貧しさではなく、自分の豊かさを正当化しよう。

文章は情報を伝えるのではない。感情を伝えるのだ。

成長し続ける限り問題は起こる。

問題が怒らない場所、それは墓場だ。

金持ち会社は、前払い。

貧乏会社は、後払い。

(金持ち会社は仕事前にお金をいただく、貧乏会社は後にいただく、資金繰りの悪化)

ビジネスの本質は、価値観を共有する人々のコミュニティを作ること。

起業家は、さなぎの時期に仕事をしてはいけない。

経営者のパーソナリティがビジネスモデルに反映された時、  
そのビジネスが最も安定する。

できない理由を上げることは、高校生のバイトでもできること。マネジャーの  
仕事ではない。

値下げして潰れる会社は沢山あるが、値上げして潰れる会社はない

お客は内容ではなく、見た目、大きさ、重さに反応する

事業が次の段階に進むときは、社員も変われば、お客も変わる

できる経営は未来から逆算して、現在を経営する  
できない経営は現在を積み上げて、未来に乗り遅れる

躊躇せずに目立つことを選択すれば、それだけで売上がアップする

儲からないのは単純にあなたがそう決めているから

「安定」とは焼け野原でも紙とペンがあれば、翌日から稼げる能力である

最大のライバルはあなたの耳と耳の間にある

「やりたいこと」がわからなければ、「やりたくないこと」をリストにする

あなたが提供するものを必要とする人ほど、あなたを批判する

実践すると目標が明確になる。目標を明確にすると実践しやすくなる。  
「実践」と「目標の明確化」は両輪だ。

占いに頼った途端、占いに裏切られる

成長とは直線でなく螺旋である

人間の本音は自分が一番、他人が二番

「尊敬」から卒業する必要はないが「憧れ」からは卒業せよ

現実を変えたければ、質問を変えなければいけない

半年後のあなたは、今この瞬間に決まっている

優れたアイデアは、苦しみの後のリラックスから生まれる

「難しい」「できない」という口癖は、極めて伝染性の高い病気。  
この病気を治す簡単な方法は、「質問」をすること。

過去にこだわり、未来に不安を感じると、現在のエネルギーが使われる。

