

## ●2019年6月JPA 定例セミナーのご案内

### NLP (DSR) を使って

# 『プレゼンに強いマインドを作る』(仮)

日時：6月8日 土曜日 13時～16時30分  
受講料：JPA 会員 2,000円 / 非会員 3,000円

“人前に立つと緊張する/しゃべり方のクセがとれない/プレゼンが苦手だ”  
そんな方のために上級 NLP「ダイナミック・スピン・リリース(DSR)」を使って、セミナーの中で苦手意識を取り払いプレゼンに強いマインドを作ります。このテクニックを身に着ければ、苦手意識、不安障害、アレルギーからトラウマまでを瞬時に手放せ、無意識に望んでいた答やギフトに換えることができるようになります。  
もちろん、NLP を知らない方、初めての方にもわかるようにご案内いたしますのでご安心ください。

セミナー内容に変更が出る可能性があります。  
[こちらからチェックください。](#)

## ●理事長からのプレゼント

# 成功する営業パーソンの極意

高野 文夫 NPO日本プレゼンテーション協会理事長

### はじめに

私はファシリテーションやプレゼンやネゴシエーションのセミナー講師をしていますが、実は営業パーソンのトレーナーでもあります。

営業関連の本も何冊か書いていますが、「頑張らない営業」という本が良く売れています。

変に頑張りすぎる人ほど売れないという事実を発見し、その理由を書いた営業パーソンのトレーニングの教書になっています。

その本と最近出した本の表紙を次ページで紹介しておきますね。



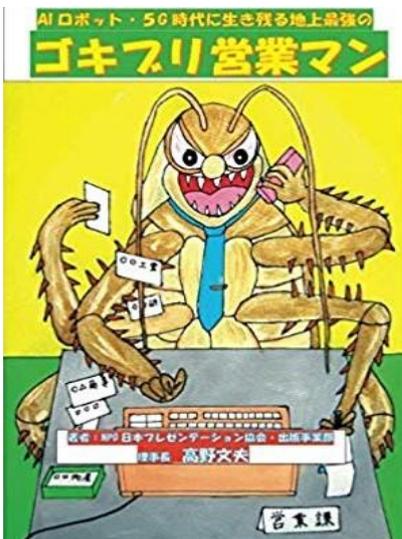
- 商談に入ろうとすると、すぐ断られる
- お客さまにツライことを言われると、立ち振る舞い
- 一生懸命プレゼンしているのに、反応が悪い
- 最後の詰めが甘い、とよく言われる

1つでも思い当たったら  
「がんばりすぎ」営業マン。

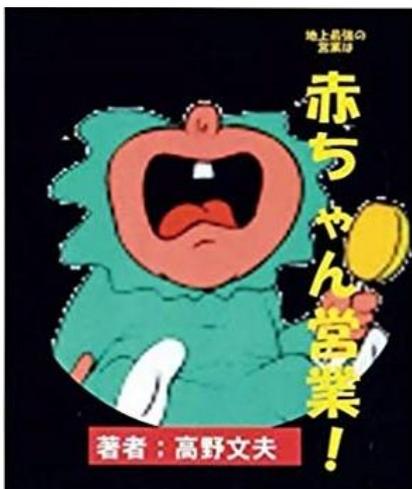
最小の労力で  
最大の利益!

**本当は、もっとラクに売れる  
方法があるんです!**

アズベ社



AIロボット、5G時代をしたたかに  
生き残るゴキブリ営業マン



地上最強の営業は、赤ちゃん営業!

今日は売れる営業は、どのようにして売れて  
いるのかをお話したいと思います。

## 商品の特徴の説明より、相手の利益を 議論せよ!

### ①喜びを説き、恐怖を煽れ!

買い物であれ、仕事であれ、遊びであれ、人間が何かをするのはメリットを得て、デメリットから逃れるためです。これ以外の動機は何もありません。

なぜ女性はお化粧をするのでしょうか？  
それは、『きれいだな』って思われるメリットを得て、『うわっ、酷い顔!』って思われるデメリットを避けるためですよね。

私がスポーツクラブに行くのは、腹を引込めて素敵な熟年と思われる、またはメタボリックになって成人病になりたくないというメリットがあるからです。

このメリットとデメリットが言わば『喜びと恐怖』なのです。

営業マンは何を売り込むにしても、このメリットとデメリットを、使った場合の喜びと、使わない場合のリスクと恐怖をゾッとさせるほどの現実味を持たせて分からせればいいのです。

パンフを使って、これでもかこれでもかと、自社製品の長所を説明する営業マンがいますが、お客様は耳をふさいでいます。

そんな暇があったら、ありとあらゆる質問をして、喜びと恐怖（メリットとデメリット）を骨の髄まで分かる様に、相手の口から言わせるのです。

恐怖が頂点に達した時、もう説明はいりません! 早く売ってください!! ってお客様はしがみついてくるのです。

## ②パンフは言質を取ってから渡す事

お客が聞いてもいないのに、長々と製品説明をしている営業マンを少なからずみてきました。そして、こんなにパーフェクトに説明会を終えたのだから、間違いなく注文が入るだろうと思い込む営業が多いのです。

重要な事があります。お客様はメーカーの営業マンが持参するパンフなんかは信用していません。どうせ良い事しか書いてないと思っているのです。ですから、お客様が必要性を感じるまでは決してパンフは渡さないことです。

そして、売れない営業マンほど商品説明が長い傾向があります。それは他に言う事が無いからです。だから長々と意味もなく商品説明を続けるのです。

一番ひどい営業マンはパンフレットに書いてある事柄を上から下まで読み上げる人がいます。重要な事は、商品の特徴を知らしめるのではなく、どのような優れた機能であなたを喜ばせることができるかを、そしてそれを買う事によってどのようなドラマが始まるかをイメージさせるのです。

メリットを相手の頭の間脳にぶち込むイメージです。ただの説明では、数日間記憶能力のある大脳皮質に塗り長けられるだけなんです。そして最も必要な事は言質を取ってからパンフを使うなりして説明を始める事です。

言質を取ると言う事は、お客様に魔法をかけるようなものです。最も分かり易い言質は、『ただ今から製品説明を始めますが、この商品が気に入ったらサンプルを10個さしあげますので、いついつまでにご使用いただいて宜しかったら今月中に何個以上お買いください』

というように説明後の言葉の契約をするのです。ただ単に、気に入ったら使って下さいでは、例え気に入っても行動に移さないのが人情です。

## ③パワーポイントやアップルのキーノートでのプレゼンには気を付けよ！

近頃は、マイクロソフト社の開発したパワーポイントやアップル社のキーノートを使ってダイナミックに製品説明をする営業パーソンが増えています。

私は、まさに『ダイナミック・ロジカル・プレゼンテーション』と謡ったセミナー講師として多くの会社の社員にそのスキルをお教えしてきました。

しかし、プレゼンに酔って自己陶醉してしまっている人達をみて自虐の念を持つこと然りです。パワーポイントやキーノートはあくまでも説得の道具であって結果ではないのです。

立派な猟銃を持ったハンターが、大きな雉を撃ち落とせると言うものではなく、雉の癖を見抜いているものだけが大きな毛並みの良い雉を撃ち落とせるのです。

皆さんはキーノートを売っているアップル社のアメリカ本社での会議では、キーノート使用を禁じていると言う事実を御存知ですか？

それはなぜでしょうか？キーノートは、内容の無いコンテンツでもあたかも素晴らしいかの如くに見せる道具だからです。

昔お金の無い侍が刀を売って、竹で作ったたけみつという刀を差していました。鞘だけは化粧をしていて素晴らしいものになっているのですが、中身の刀は刃金どころか竹なんです。

そんな、タケミツの様なコンテンツのプレゼンをやっていませんか？

そんなプレゼンに時間を書けるならパンフレットを読んでもらえばいいのです。それより重要なのはコンテンツ、内容が竹光ではない事を説明する事です。

それには相手の立場に立って、提案する商品

やサービスを買ったら如何に得をするかの理由をこれでもかこれでもかという位に説明すれば良いのです。

おわり

2019年6月15日号に続きます。