

紹介だけで全国トップ5をキープした 営業マンの意外すぎる正体

「紹介は数字が読めない」は本当か？

一般的に「紹介は数字が読めない」と言われています。

実際に紹介元の間関係や信頼に大きく依存するので、紹介がいつ発生するかは予測が難しいのが現実です。

特に住宅販売や不動産といった高額商品は、他の商品に比べると購入頻度は非常に低くなるので紹介を受ける機会も限られます。

なので住宅販売や不動産といった業界では、紹介を当てにしたやり方では成り立たない...というのが業界の常識でした。

常識を覆した驚異の営業マン

ところが、その常識を見事にひっくり返している人がいます。しかも圧倒的なくらいに！

どのくらい圧倒的かというと、日本全国に支店がある大手住宅メーカーでトップ5以内を10年以上もキープ。

しかも、その契約すべてが紹介のみ！

普通は展示場接客から契約を上げるものを、紹介だけで全国5位をキープする成績を上げているというからハンパないですね。

その方は元住宅営業マンのKさん。「元」というのには理由があります...

成功しすぎて生まれた想定外の問題

Kさんの紹介がどんどん増えて対応しきれなくなったとき、会社は他の営業マンに一部の対応をお願いしました。

すると、紹介されたお客さんからこんな声が寄せられるようになったんです。

「なぜ私がKさんを紹介したのに、Kさん本人が対応せず別の営業マンが担当するのですか？」

お客さんにとって、Kさんという「人」を信頼して紹介していたのに、違う人が出てきたら戸惑うのは当然ですね。

この状況にKさんは大きなプレッシャーを感じ、体調を崩してしまうことに...

最終的には、より自分のペースでできる職人の道に転向しました。

全国トップクラスになる秘訣とは？

そんなKさんに、なぜこれほど紹介が来続けたのか秘訣を聞きました。

Kさんの答えがこれ！

「私はセールスが苦手で展示場接客をやってもダメだったので、とにかくお客さんのところに足を運んでたら、それで紹介が来るようになったんです」

スゴイ話が飛び出てくると思っていたら、ちょっと拍子抜けする答え…。

でも、ここに大きなヒントが隠されています。

実は、この話を聞いて「Kさんの人間性がうまくいった特殊な話で、再現性がない」と思う人も多いと思います。

事実、彼が勤めていた会社でも「彼のやり方は特殊なので真似しないように」と指導していたそうです。

でも、なぜ会社が真似を禁止していたのか？

それは、多くの営業マンは利害を取っ払った付き合い方ができないからです。

表面的に真似をしたところで、Kさんのような成果は出ないのが現実なんです。

現代だからこそ威力を発揮する「人間味」

「でも今の時代、プライバシーのことを考えると頻繁にお客さんと接触するのはどうなの？」

そんな疑問を持つ人もいるでしょう。

確かに現代はプライバシー意識が高まっています。でも問題は接触頻度ではなく、接し方の質なんです。

多くの会社に欠けているのは、ビジネスライクのみの向き合い方で「仕事の仮面」を取った姿を見せないことにあります。

ネットやAIが普及して効率化を図ることが重視され、人間味が欠如した対応しかしない会社が増えている今だからこそ、人と人とのつながりを大切にする対応が際立つんです。

「利害を取っ払う」とは具体的に何か？

Kさんがやっていたのは、一切仕事抜きのお話でした。

例えば：

- 「この間教えていただいたラーメン屋さん行ってきました！ほんと美味しかったです！」
- 「お子さんの運動会は怎么样了か？」
- 「夏は日光に行くって言ってましたが、怎么样了？」

仕事に関することは一切話さず、純粹にその人に関心を持った会話。これが信頼の土台を作っていたんです。

差別化の鍵は「頭に入ってくる」かどうか

人間関係作りを意識して対応している会社はほとんどありません。

なぜなら、みんな契約を取ることで頭がいっぱいで、お客さんのたわいもない話が頭に入っていないからです。

でも、そのたわいもない話にこそ、お客さんの人となりや価値観が現れています。

そこを意識して対応することが「この会社は他と違う！」という差別化につながるんです。

今日から実践できること

Kさんのような極端なやり方をする必要はありません。

大切なのは：

- お客さんの他愛もない話に耳を傾ける
- 仕事以外の話題にも関心を示す
- 次回会ったときに前回の話を覚えている

この小さな積み重ねが、大きな信頼関係を生み出します。

▼今日のポイント

【セールスカより「人として」の関係づくりが重要】

契約を取ろうとする前に、まずは一人の人間として相手に関心を持つ

AI時代だからこそ、この「人間味」が最強の差別化要素になる