

『比喩表現』

販売を取り去る話法

自分が販売する商品やサービスの良さをアピールするために、営業マンは様々なメリットや利点を伝えようと考えます。

しかし、営業マンが勧めれば勧めるほど
“売り“が強く表に出てしまうのです。

そんな時に効果を発揮するのが**比喩表現**です。
商品・サービスの優れた点を、他者の口から話してもらうことです。

やり方は簡単ですが、非常に強力な話法です。
使い方をご紹介します。

■自分自身の話

お客様は、
そんなにより商品やサービスならなぜ自分自身で使わないのだろう？
と思っています。当たり前のことですよね。

そこで、自分が使ってみたら、こんなによかった、と話すのです。
お客様は、営業マンとして売り込みをしているわけではなく、
一消費者としての話（比喩）と理解するわけです。

使い方としては以下のように言います。

営業マン：

「私もメーカー主催の商品勉強会で実際に使ってみたのですが、
全モデルに比べて格段に進歩していることを実感しました」

■友人知人の話

私の叔父が、私の友人が、
と言って、知人の口を借りて話し始めるのです。

その知人が、
お客様と同性、同年代、趣味が一緒などの
バックグラウンドが同じなら効果絶大です。

若い女性に販売しようとしている商品に、
おじいちゃんの比喻を出しても効果はありません。

あくまで仮定の話なので、
おじいちゃんに姪になってもらえばよいのです。

お客様は、自分と同年代の人も利用し、
満足している話（比喻）と理解するわけです。
ここでもお客様は、
営業マンの売り込みではないと感じるのです。

営業マン：

「実は、私の叔父にも買ってもらったのですが、
燃料代が今までの三分の一になったと言って、喜んでくれました」

■有名人の話

誰でも知っている有名人が使用していると話すのです。

するとお客様は、
「テレビで見る有名人も使っているのか」
という安心感と、
自分も同じものを使うという優越感
も持って頂けます。

強力な比喻ですが、嘘は禁物です。
事前に下調べしておきましょう。

たとえば、

営業マン：

「タモリさんも、この工法でお建てになったのです」

営業マン：

「実は、北川景子さんもこのシャンプーを使っているのですよ」

お客様は、

「営業マンは調子の良い事を言う」

という心理が心のどこかにあります。

このような方法で、

迷っているお客様を納得に導くことができます。