

中級営業担当者研修

Text Samples

研修資料 №4

営業の質を大きく変えるラポールとその重要性





- ・お客様と関係構築ができない」
- ・お客様の本音がわからない」
- ・お客様が心を開いてくれない」

これらの多くは、「ラポール」が課題だと思えます。

私は、新任マネジメントや幹部研修でMTP（マネジメント・トレーニング・プログラム）の講師をしています。その中でも上司と部下の関係を改善し、より良い関係を築くために、このラポール＝信頼関係構築についての講義をしています。営業活動の中でも同じようにお客様との信頼関係構築は欠かせないと思えます。

現職に就く前は、会社でも決定権を持っている役職についていましたので、様々な提案を受けたり、営業されたりすることも多々ありました。

その中でまだ関係構築もできていないタイミングでバンバン提案されたり、商品の説明を受けても正直嫌な気持ちが出てしまい、そのよう中での商談は「早く終わらないかな」という気持ちになってしまうのが本音です。

皆さんも感じると思いますが、同じ内容の話・提案でも誰が言うかで全然捉え方は変わります。そして、この「誰が言うか」は突き詰めれば信頼関係が築けているか否かで決まると言うことです。そこで今回はこの信頼関係構築について整理してみましたので参考に聞いて下さい。

ラポールとは、フランス語で「橋をかける」という意味で、相手との信頼関係を意味する言葉です。

信頼関係とは

「私のことを見ている」

「私の話を聞いてくれる」

「私のことをわかっている」

という感覚を相手が持っていて、互いのコミュニケーションが建設的に影響し合う関係性です。



具体的に言うと、ポジティブに相互に影響する関係なので、お客様の発言やコミュニケーションがしやすくなったり、営業にとって「ヒアリング」ができたり提案につながる情報を得られたり、こちらの提案にリアクションから相手の求めていることがわかる状態です。

また、営業の発言・コミュニケーションに対しては、しっかりと話を聞いてくれたり、真剣に考えてくれたりする関係性ができているのが信頼関係です。

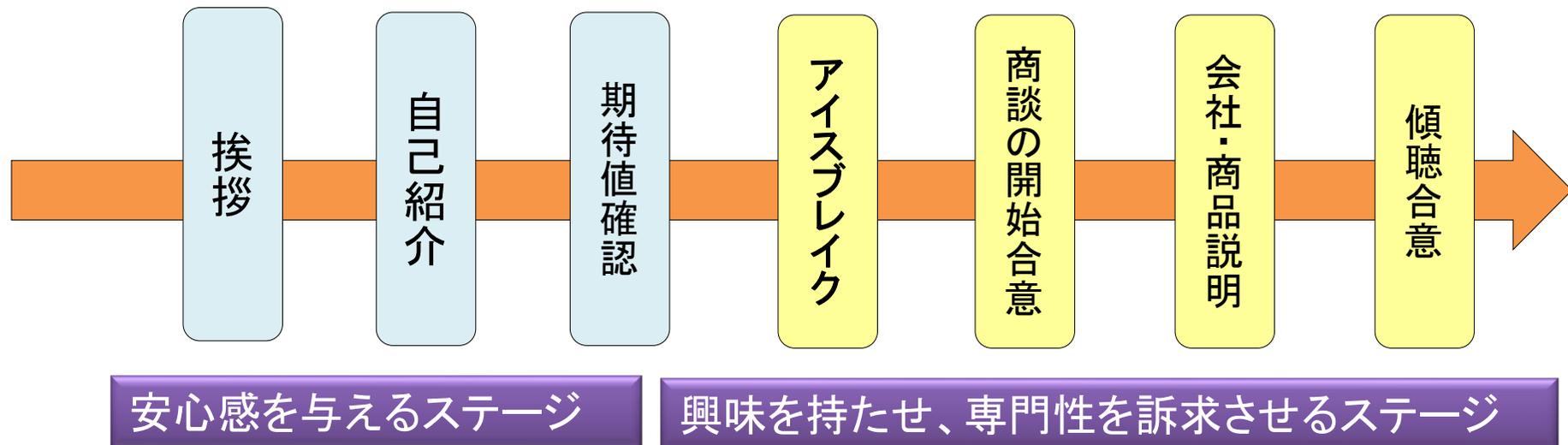
ラポールが築けると下記のような効果が見込めます。

ヒアリング・質問に対して、相手が本音を教えてくれる
提案をしっかりと聞いて、検討してくれる
会話自体が盛り上がり、和やかな雰囲気商談ができる
提案や商談の評価自体が上がり、成約率が高まる



初めての商談の時にはラポールは下記の流れで進めていくことがおすすめです。

ラポールの目的は、たんに仲良くなることではなく、本音で話そうという気持ち作り、環境づくりと「話をしっかり聞いてあげると言う気持ち作り」



ペーシングの重要性を意識して、信頼関係を得る

Point-1 Mirroring

- 姿勢
- 動作やジェスチャー
- 表情
- まばたきの速度

Point-2 Matching

- 話すスピード(速さ遅さ)
- 声の大きさ(大きい小さい)
- 声のトーン(高い低い)
- 声の音色(音質:かすれた音、等)

Point-3 Backtracking

- 相手が使った言葉を使う
 - 類似した言葉を使う
- 例:仲間は大事⇒友達は大
例:ビジネスは大事⇒仕事は大

・自己開示

営業におけるラポールの目的は「自分の話をちゃんと聞いてもらうこと」が最低ラインです。

営業商談ではこれから会話をして、相手のことを知ったり、相手に提案をしたりしたいので、そのスタートラインが「話を”ちゃんと”聞いてもらえる姿勢を作ること」が大事になります。

さらに、営業を進めるにあたって、お客様・商談相手にも”自己開示”をしてもらいたいので、まずは自分から行うことが大切です。

自己開示を自ら先に行うことで、相手も自分も答えなければという気持ちになります（これを返報性の法則といいます）。

そのためにはまず相手に自分への警戒を解いてもらう必要があります。そこで行うべきが自分が何者かをちゃんと理解してもらうことと自己開示を相手にもしてもらうことです。

プライベートな話や突っ込んだ話をしているのに、相手のことは嫌い・怪しいというのは認知と行動に違いがあります。これが認知的不協和です。人はこのストレスを解消しようとするので関係強化・ラポールが進むわけです。では具体的に何を語るかを整理していきたいと思います。

自己開示の返報性



相手に心を開いてもらうためには
まずは自分の心を開示する

・自分が何者かを語る

まず伝えるべきは「私は、敵ではないこと」「私は、あなたの役に立ちたいこと」を伝えることが大切です。

私が、営業を受けた立場で「この営業の話なら聞いてみようかな」と思えたトークは下記のようなものがあります。

- 本気で欲しいと思ったら言ってください
- こいつは大丈夫そうと思えたら買ってください
- 100%納得がいくまでは買わないでください
- 他社からはいくら相見積りや提案を受けてもらっても大丈夫です
- 要らない時はいつでも言ってください
- 自社の強みを説明してくれる
- 営業先の事をよく調べて、理解してくれている
- 色々な提案を一緒に考えさせて頂きます。



営業に対してお客様が警戒していることは「押し売り」「詐欺」「騙される」などです。なので、こうした行為をしないことを理解してもらうことが大切です。

・自分のプライベートや個人的な思いを語る

自己開示に適したテーマを社会心理学者のゲイリー・ウッドが研究しています。

- 1.健康に関する心配事
- 2.自分がイライラしたこと、許せないこと
- 3.人生で幸福を感じることに、自分の楽しいと感じていること
- 4.自分が改善したいこと
- 5.自分の夢や目標、野望
- 6.ユーモアを交えた性的な話
- 7.自分の弱点やマイナス面
- 8.嫌な事、怒ってしまう出来事
- 9.自分の趣味や興味を持っていること
- 10.恥ずかしかった体験や罪悪感を覚えた体験
- 11.美味しい食べ物、お店等
- 12.家族の事



ラポールは相手との心理的な距離を近づけることが目的なので、誰にでも言っているという雰囲気ではなく、「**あなただから話している**」という伝え方が重要です。



・相手と自分が似ていることを示す

ラポール形成は心理学でも研究が進んでおり、NLP（神経言語プログラミング）でも手法や考え方は多くの書籍などで発表されています。

「人は自分に似ている人間に安心感や親近感を持つ」をベースに、相手と自分が近い存在、近い考え方や雰囲気を持っている人ということを相手に伝えていきます。

そこで、使用するテクニックは、P4に記載していた、「ミラーリング」・「マッチング」・「バックトラッキング」を活用する事なんです。

ペーシングの重要性を意識して、信頼関係を得る

Point-1 Mirroring

- 姿勢
- 動作やジェスチャー
- 表情
- まばたきの速度

Point-2 Matching

- 話すスピード(速さ遅さ)
- 声の大きさ(大きい小さい)
- 声のトーン(高い低い)
- 声の音色(音質:かすれた音、等)

Point-3 Backtracking

- 相手が使った言葉を使う
 - 類似した言葉を使う
- 例: 仲間は大事⇒友達は大事
例: ビジネスは大事⇒仕事は大事

・共感

会話が徐々に進んできたなら、相手の言葉に”共感”を示しましょう。

営業において共感が大事なことは、共感をできたか否か・したか否かではなく、「この人だったら自分のことをわかってくれる」「この人なら自分の話をちゃんと聞いてくれる」と思ってもらうことが大切です。

なので、「わかります」「ですよね」と共感”ぽい”言葉を並べるだけでは意味がありません。



共に通じ合っている状態を作ることが共感で大事なことです。共感とは全てを同じ考えや感情でいる必要はありません。そもそも共感とは「考え方」と「感情」を分けて考えて良いのです。そして、その中で一部でも「わかる」「理解できる」ポイントをみつけることが大切です。

また共感を相手に伝えるメッセージとして「質問」もあります。「～～だったんじゃないですか?」「～～ということですよね?」とメッセージを投げかけることで、営業としてはより深いヒアリングができると同時に、相手は自分の話をちゃんと聞いてくれていると感じられるものです。

賞賛

最後にラポールをより強固なものにするのが褒めることです。

相手が大事にしていること、価値観、取り組みを褒めることは、最大級の共感と言えます。「素晴らしい」「素敵」「すごい」という言葉は、相手のことを認めているからこそ生まれる言葉だからです。

また褒める時は全力で褒めます。謙虚な褒め方よりも全力で褒めることです。心理学者のビッグマンの研究では被験者を下記3つのグループに分けました。

①.お世辞を露骨なくらい
言い切るグループ

さすが!



③. マイナスなことしか言
わないグループ

Good job! Great work!

②. 根拠のあるプラスのこ
とだけ褒めるグループ

Congratulations! Fantastic!

被験者の褒め手への評価を聞くと①が一番被験者からの好意を得ていたことがわかっています。3は論外ですが、根拠がなくても自分が感じたことを全力で伝えることが大切ということです。

第三者の意見を交えて褒める

第三者の声は直接褒められるよりも説得力が増し、相手が喜んでくれます。

P-お礼を伝える

教えてくれたことに対して感謝の気持ちを伝えることも効果的です。

P-センスを褒める

外見を褒める時はピンポイントに見た目を褒めるよりも、それを選んだ”センス=その人自身”を褒めることで相手との距離が近づきます。他にも相手の意思決定や決めたことを褒める時も「それを選ぶのはセンスがありますね」と褒めると効果的です。

P-真剣に褒める

照れたり、ごまかしたりして褒めても効果は半減です。ビッグマンの研究でもあった通り、真剣に全力で褒めちぎることが大切です。

自分に生かすメッセージで伝える

「勉強になりました」「私も真似します」「真似しても良いですか？」など、相手の取り組みや活動を自分にも生かしたい、真似したいというメッセージにすることで、相手のことを評価していることがより強く伝わります。

第三者の意見を交えて褒める

数字で褒める

より具体的に褒めることでこちら側の真剣度が伝わります。

大変さを共感する

「これ大変だったんじゃないですか？」 「これ時間かかったんじゃないですか？」 と相手のかけた時間や工数をおもんばかりの言葉を伝えます。

質問で褒める

「どうすればそんなに早く資料を作れるようになるんですか？」

「○○さんみたいに、うまくプレゼンをするコツは何ですか？」

相手のやり方やコツ、センスを褒める時にただ「すごい」「すてき」だけでなく、質問を入れることでより相手への気持ちが伝わります。

褒め言葉の種類を増やす

褒めるといっても同じ言葉をただ繰り返しても、相手からすればただ言っているだけと思われてしまう可能性があります。そこで上記のテクニックを活用したり、色々な言葉で相手を褒める工夫が必要です。褒め言葉の「さしすせそ」もうまく活用してみてください。

「**さ**」さすがですね・「**し**」知らなかったです・「**す**」すごいですね

「**せ**」センスがありますね・「**そ**」そうなんですね

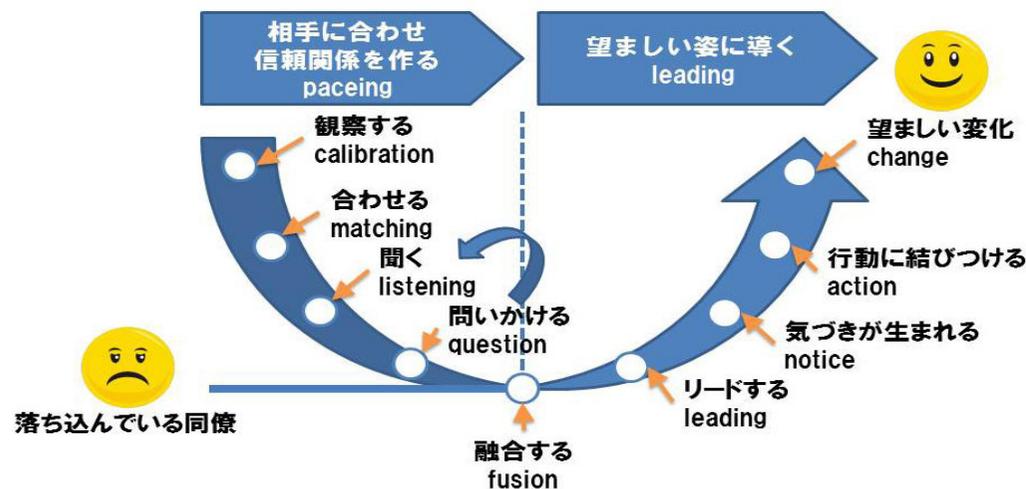
繰り返し褒める

一回ではなく何度も伝えることも1つのテクニックです。ただ同じことを繰り返し言うだけでは逆印象です。

例えば商談時に伝えたことを、御礼のメールで再度伝えてみたり、少し時間を空けてから伝えてみたり、タイミングや手法を変えることで相手への印象が残りやすくなります。

コミュニケーション U

< Communication U >



ラポールは主観・感覚で決まる



まとめ：ラポールはロジックではありません。

相手をもっと話したい、この人だったら自分の話を聞いてくれる、自分のために動いてくれるという気持ちを持たかどうかが、感情で決める部分です。

だからこそ、相手の言葉や振る舞いなどにも敏感になることが大切です。何を伝えるかの前に、まずはこちらが相手に興味を持つことがスタートです。それがラポールの基本です。そして、営業のスタートです。