

4

顧客の要望を正確に
理解する

CASE

第1回目の提案に向いた関根さん。何とかうまく自分たちの提案内容を説明できたようです。しかし、お客様の考えていたポイントとは少しズレがありました。

森本課長からは、価格が予算に合わないこと、開発スケジュールをもっと早くしてほしいという要望が出されました。しかし、こちらから提案した価格やスケジュールはギリギリのもので、森本課長の要望をそのまま受け入れることはできません。

しかし、先方の要望を受け入れれば、間違いなく受注できそうです。平賀所長も横で困った顔をしています。

あなたが関根さんなら、どのように接するでしょうか？

●●●あなたなら？●●●

- ①要望に応えられない理由を具体的に細かく説明する。
- ②いったん交渉を中断して、改めてもう一度説明する機会をお願いする。
- ③なぜ価格やスケジュールにこだわっているのかを詳しく聞く。

●顧客に話してもらおう

顧客に提案を行なうときには、つい「自分がすべてを説明しなければならぬ」と考えがちです。しかし、本当は、顧客に話してもらうことのほうがより効果的な場合が多いものです。このケースのように、受け入れられない要望を顧客が提案してきたときには、反論をするよりも、むしろ顧客に話してもらい「聞く」ことに徹したほうが効果的といえます。したがって、このケースでは③がもっとも適切です。

なぜ、顧客の話聞いたほうがよいのでしょうか。その理由は、人間のコミ

〈コミュニケーションプロセス〉

<伝え手>

<受け手>



コミュニケーションは、伝えたいことをいったん別の言葉や態度などの記号に換え、その記号を相手に渡すというプロセスで行なわれる。

ュニケーションプロセスにあります（上の図を参照）。

一般的に、「伝え手」は伝えたいことをストレートには出さないケースがほとんどです。さらに、伝えたいことをどんな記号に換えるのかは、人によっても違います。また、「受け手」が受け取った記号を解釈し理解する方法も、まったく人によって違うのです。つまり、「伝え手」の伝えたいことと、「受け手」の理解したことが大きくずれてしまうことがよく起こります。

このように、人間のコミュニケーションにおいては、誤解やミスがつきものです。あなたと顧客との間でも、こうした現象が起きるかもしれません。このケースのように、顧客が「価格を下げてほしい」「スケジュールを短縮してほしい」と言った場合、これが、コミュニケーションの記号なのです。つまり、それが相手にとって本当に伝えたいことかどうかはわからないというわけです。

もしかすると、相手が伝えたいことは、「これだけの時間とお金をかけるのであれば、しっかりと取り組んでもらわないと困る」ということかもしれません。本当に価格とスケジュールを何とかしてほしいと考えているのかもしれませんが、とにかく、詳しく聞くことが重要です。

●聞くことは話してもらうこと

話を聞くことの大切さは理解できたでしょう。では実際には、どのような聞き方をすればよいのでしょうか。そのポイントは「聞くこと」＝「話してもらうこと」です。単に相手の言うことだけを聞いていればよいというのではなく、