



良く売れている営業マンを比較してみると

見込み顧客に対する考え方が大きく違ってきます。

あまり売れていない営業マンは、

見込み顧客から「明確にお断り」が無い限りは、

「定期フォロー顧客」というようなステップに位置付けて、

何かの機会に寄ってみたり、

定期的に電話をしてみたりしています。

一方で、良く売れている営業マンは、

見込み顧客から「明確なお断り」が無くても、

自分の判断基準に従って、見込みの薄い先は、

「ボツ」顧客と割り振って、

気分を一新して、新規開拓に走っていきます。

つまり両者の違いは、

「自分の営業活動の成果」を

●顧客に委ねているのか

●自分で判断しているのか

ということになってきます。

自分で判断するのは勇気がいることですし、

いつかは契約してくれるかも知れないと

思いたい気持ちはわかりますが、

でも本当は、

フォローにすると営業先が少なくなってしまうので、

ボツにできていないというのが大部分だと思います。

これでは、限られた自分の時間を有効に使うことができず、

大きな成果を獲得することはできないと思います。

是非、この年末に自分の見込み顧客リストを振り返って、

自分の基準に照らし合わせて見込みがないと思った先は、

勇気をもってボツにして、

年が明けたら、

空いた時間を使って、一気に新規開拓に走ってみましょう！

そうすれば、間違いなく大きな成果が出てくると思います。

---

