

ESBIO応援企画

幸せなお金持ちで安心して暮らせる世界



仲間が仲間を応援する

仲間が仲間を助ける

ESBIOという世界を知り、

紹介だけで一生売れる技術

営業で結果を出し続ける人が

必ず実践しているノウハウとは？

人脈、コネ、金がなくても大丈夫

これが大富豪になる秘訣だ!

「ESBIO応援企画」

なぜ応援団なのか？ 私の考え方を変えたある一言。

こんにちは！ 新成人アカデミー代表の當間健作（とうまけんさく）です。
ネットでは TOMA と呼ばれながら活動しています。

私の自己紹介は、「バイブル本・プロが教える危ない投資の見分け方」をご覧ください
ましたら、當間健作の生きざまと、エビデンス調査業務の実態がご理解いただけます。

さらに、當間健作が創業した、新成人株式会社と新成人アカデミーそして、

新成人アカデミー外交員とは何なのか？・・・「新成人外交員」で解説していきます。

最後までお読みいただけますとご理解いただけるかと・・・

今からお話しする内容は 1000 年に一度の大チャンスかもしれないビックビジネスに
無謀とも思える「非常識な仕組みで稼ぐ」ことにチャレンジする男のストーリーです。

今現在、一攫千金を夢見ていた人たちが崩れ落ちようとしています。

それは 2017 年から 2018 年の仮想通貨市場で踊らされた人たちです。

1 ビットコインが 10 万円だったのが、1 年で 230 万円以上になりました。

しかし、さらに 1 年後 30 万円台に大暴落したのです。

そして、2020 年から 2021 年には 1 ビットコインが 750 万円になり、

そこから、2022 年には 200 万円台まで値下がりしたのです。

そしてしばらくして 2024 年 3 月には 1 ビットコイン 1000 万円突破して、
今後ビットコインは 2000 万円行くのではないかとと言われるようになりました。

そこで、2024 年 7 月 3 日以降はどのようにすれば中卒でも 1 億円手に入れることができ
るのか考えたときに、「仕組み化」が必要だと思いました。

なぜ、2024 年 7 月 3 日かと申しますと、旧 1 万円札の福沢諭吉から新 1 万円札の渋沢
栄一が変わるときに、タンス預金 100 兆円以上が狙われているからです。

その戦略的な部分もお伝えしていきますので最後までお読みいただけますと幸いです。

今回著者「當間健作/トウマケンサク」の体験レポートをご覧ください。

TOMA 自己紹介レポート

<https://shinseijin.co.jp/up/toma-seikou.pdf>

第1章 【一緒に種をまいてくれる「応援団」を作ろう】

よくビジネスでは「種をまく」という表現をします。

この種をまくとは「新成人外交員」にとってどういう作業をさすのでしょうか？

様々な業種でことなるかもしれませんが、種をまく作業＝見込み客を探す作業ということなのです。

それならば、1人で種まきをするより複数の人で巻いたほうが、よりたくさんの種がまけるという事は言うまでもありません。

そしてこの一緒に種をまいてくれる人のことを「応援団」といいます。

応援団は意識的に協力体制をとって下さる大変貴重な方です。

この一緒に種をまいてくれる応援団組織が作れるかどうか。

これがビジネスの要となります。

イメージしてください。

あなたの代わりに応援団が、クチコミやアンテナを張り巡らせて、あなたに報告する応援団ばかりだとしたら、営業成績で悩むどころか、見込み客の行列ができるのです。

現代の日本の厳しいセールス環境では、そのような応援団になってもらえそうな人を何人作れるかが勝負の分かれ目になるといっても過言でもありません。

では、どのようにしたら、このような心強い応援団が作れるのでしょうか？

結論から言いますと、それにはまずあなた自身が「応援されるタイプの人」に自らブランディングすることです。

そう、「応援団を作る」というビジネススタイルを認識し、応援団の性質や心理を理解し、相手が思わず応援したくなるような人になることです。

このように言うとは難しく感じるかもしれませんが、これは、決して難しいことではありません。

セールスのちょっとした考え方の工夫と、応援する人のちょっとした心理を理解することで、応援されるひとになるのです。

そのやり方も全部お伝えしますから安心してください。

そして、驚くような大きな成果を上げることができるでしょう。

相手を見込み客としてだけで見るのは愚かなこと。

人と会う時には、その人から広がる人の輪を意識してください。

目の前の相手を見込み客としてだけで接することほど愚かなことはありません。

そのような接し方では、その相手に商品を買ってもらったことだけで目的が完結してしまいます。

それよりも応援団になってもらうことの方が優先です。

その人の知人を紹介してくれるようお願いしたほうが、実際の売上成績もぐんとアッ

ブします。

外交員の精神衛生上もこれほどいいことはありません。

さらに言えば、知人の知人という人の広がりを作らなければ、永遠に見込み客探して苦労し、怒涛の営業を余儀なくされることになるでしょう。

こうした昔ながらの「一本釣りの、セールストーク神話」に頼った営業スタイルのセールスに、明日はありません。

この「人の広がりを意識した新成人外交員」は、自ら描く健全なイメージのお蔭で、心構えにいきおいがなくセールスが楽になります。

目の前の相手からどうしても契約を取らなければならない、というプレッシャーから解放され、見込み客の行列がイメージできるからです。

本当に幸せな「新成人外交員」になれます。

その幸せな「新成人外交員」のプレゼンテーションは、焦りがなく、笑顔で絶対的な自信がみなぎっています。

この楽しそうな仕事ぶりは、相手にとって、とても大事なチェックポイントです。

今回なぜ、営業マンではなく、

「新成人外交員」で進めていくのか最初にお伝えします。

営業マンと「新成人外交員」の違いはこんなにある

営業マンは社員、「新成人外交員」は個人事業主とおもってください。

また、今回お伝えする「新成人外交員」は経費削減はもちろん、権利収入のお話を例にお伝えします。

まず、最初にお話ししなければならない違いは「雇用形態」です。

会社に雇われている営業マンは、交通費、家族手当、家賃補助、社会保険、雇用保険などがありますが、個人事業主である「新成人外交員」にはありません。

ですから、福利厚生や保障の面を考えると営業マンの方がずっと恵まれた環境だということになります。

営業マンは給与、「新成人外交員」は報酬

営業マンに会社から支給されるのは給与なのに対し、「新成人外交員」に支払われるのは報酬です。

では、給与と報酬の違いってなんでしょか？

簡単に言えば、「新成人外交員」の報酬には「経費」が認められるということです。

例えば、営業交通費など営業活動にかかった費用を経費として計上することができます。給与をもらっている営業マンが計上できるものは医療費くらいしかないので、メリットといえばメリットですね。

年収 1000 万(額面)の営業マンの場合は、そこから引かれるのは社会保険や雇用保険、税金くらいですが、「新成人外交員」報酬 1000 万の場合、半分の 500 万は経費がかかっているということもありえるわけです。

自分の趣味を仕事にしたり、新成人アカデミーで学びながら活動資金を毎月貰い、そして卒業した後は自立支援金までも貰えるメリットがあります。

確定申告などが必要

給与をもらっている営業マンの場合は、年末調整などを会社が行ってくれますが、「新成人外交員」はそういうわけにはいきません。

従って 1 月 1 日～12 月 31 日までの報酬にかかる税金を計算するための確定申告を翌年の 3 月半ばまでにする必要があります。

ということは、毎日かかった経費を記録しておく必要がありますし、領収書などを保管しておかなければなりません。

あと、慣れてしまえば大したことはありませんが、経費や税金に関することなどを知っておく必要があります。

営業マンは固定給あり、「新成人外交員」は固定給なし

会社に雇われている営業マンは固定給があるので、万が一売上がゼロでも収入が途絶えることはありません。

しかし、フルコミッションの「新成人外交員」の場合は、売り上げがゼロなら収入もゼロになりますし(正確には経費の分だけマイナスになる)、固定給があったとしても低めに設定されていることが多いものです。

営業マンはローリスク、ローリターン、新成人外交員はハイリスク、ハイリターン

会社に雇われている営業マンはリスク低いですが、どんなに頑張っても急激に収入がアップしたり、年収数千万円稼ぐのは難しいと思います。

逆に「新成人外交員」の場合、売れなければ地獄をみますが、自分の売り上げ次第でいくらでも稼ぐことができるというメリットはあります。

将来成功したい場合は「新成人外交員」がお勧め

「やったらやった分だけ稼ぎたい」とか「将来企業を考えている」というのであれば、「新成人外交員」はお勧めです。

「新成人外交員」で成功できない人が大金を稼いだり、起業して成功するのは難しいと思いますので経済的自由を手に入れるためには「新成人外交員」がお勧めです。

「新成人外交員」は権利収入

「新成人外交員」になって経済的自由を手に入れて頂きたいのですが、多くの方は「新成人外交員」の方法を知っていません。ですから、多くの方に新成人アカデミーを知っていただき、色々なビジネスや投資を学び、継続すればするほど権利収入になることを理解したら収入アップを目指しましょう。

愛される「新成人外交員」になる

まだまだ、多くの方は「新成人外交員」を知りませんから、あなたが愛される「新成人外交員」になり多くの応援団と一緒に探す役割をしてもらえます。それには、一緒に応援団と志と志が繋がっていないといけません。「新成人外交員」と応援団というストーリーで綴っていきたいと思います。

今から一生見込み客に困らない方法を伝授します。
この方法を実践することで、思ってもいない効果に驚かれるでしょう。

応援団構築型「新成人外交員」のパーソナル・ブランディングは、しっかりと初めから意識していないと構築ができません。

また、
応援団という人脈、組織も初めからしっかり意識していないと全く広がりません。そこでまず、次の言い方を覚えてください。

「買ってください」ではなく、「応援してください」というのです。
「紹介を下さい」というのではなく、まず「応援してください」と言うのです。
「投資してください」というのではなく、その前にまず
「私を応援してください」というのです。

人の広がりを意識できる「新成人外交員」になってください。
今はイメージができませんが、新成人アカデミーに入学すると、色々な教材やカリキュラムがありますので実践しながら学べる環境があります。

見込み客を直接探すのではなく、見込み客を紹介してくれる応援団を作るのです。

「私を応援してください」という言葉これは、言葉のマジックではありません。根本的なアプローチ、ビジネス手法、人間関係に対する考え方やビジネスに対するイメージが全く違います。

「応援してください」という言葉の意味を理解し実践し、習慣とすれば、見込み客探しのために露頭をさまようという問題は、解決するのではなく、消滅するのです。

政治家に立候補するつもりになる。

政治家に立候補するつもりになってください。

政治家の仕事は、まず後援会作りです。

そして、この後援会の力を借りて支援者を増やしていきます。

「新成人外交員」の場合、後援会が応援団であり、支援者がお客様になります。

もちろん、政治家とビジネスマンとでは違う部分がたくさんありますが、

「私を応援してください」というコンセプトには見習うべき点が多々あるのです。

政治家は「私に1票をください」という前に、まず「私を応援してください」といって後援会を組織し、そして選挙のときは後援会と一丸になって「私に1票をください」と言うのです。

このステップが重要です。

応援団を形成するビジネススタイルを構築するためには、このように政治家になるためのステップをイメージするといいいでしょう。

政治家になるためには、まず、大志がなければなりません。

「世の中をどのようにしたいと考えているのか？」

「その中で自分は何ができるのか？」

という大志を政治家は明確に持っています。

そうした一つひとつの思いを、まず後援会（応援団）の方へ、

そして有権者の方へ一人ひとりにお伝えしていくのです。

この活動は、まさしく応援される「新成人外交員」の活動そのものです。

「自分が扱っている商品が世の中の人にどのように役立つのか？」

「自分は何ができるのか？」

「自分は何がしたいのか？」

という事をきちんと考え終わっているかどうかがとても重要です。

そのことを応援団やお客様にお伝えしていく活動そのものが、売れる「新成人外交員」の最初の仕事なのです。

また、政治家の活動の一つとして演説、支援者たちとのコミュニケーション、スキンシップがあります。

この場面は、その政治家のアクセル全開の場です。

ここで聴衆を引きつけて「なんのために立候補するのか」をしっかりとわかってもらうのです。

1人ひとりと握手するシーンをよくTVで目にします。

その1人ひとりにたいする時間は短いものです。
ところが、この握手をするか、しないかで得票が違うと言われています。
スキンシップはとても大きな効果があるといわれています。
支援者の目をしっかりと見つめ、心から「お願いします」と伝えているのです。
そのときに確かな思いが伝わり、「この人に投票しよう」と決めるわけです。

「新成人外交員」もまったく同じです。
心を込めて「思いを伝える」ということが大切です。
一期一会のご縁に、握手の習慣を持つのもいいことでしょう。
相手にその思いが伝わった時、相手は「紹介する」「購入する」という
アクションを起こしてくれるわけです。
そして、当選後の姿勢。
「謙虚に、みなさんに支えられている」という姿勢を崩しません。

政治家の中でも、国会議員になると大きなステイタスであることは間違いありません。
その先生でさえ、地元の選挙地区では、足を棒にして歩き回り、決して高い服を身につけるわけでもなく、中には、スニーカーをはいてあいさつに回っている方もいます。
そして、食事も普通の庶民的なモノを食べています。
その庶民的な部分に人間味を感じさせ、また支援者の心を惹きつけています。
それがたとえ演出であっても、とくに地元では、
そうした謙虚な姿勢が受け入れられるものです。
あなたがこれから作っていく応援団とは、おそらくこの地元の後援会のような
関係となっていくでしょう。

応援団になっていただいた後、または、お客様としての契約の後の
コミュニケーションが大切です。
そのコミュニケーションの質によって、

「応援団やお客様が、人を紹介してくれるかどうか」が決まってきます。
売ったら売りっぱなしが多い世の中だからこそ、きめ細やかなコミュニケーションを
重ねて、心強い後援会を作るつもりで応援団の方と接するようにしてください。

「応援する」ってどういうこと？

応援されたら自然と広がるというイメージはつかめても、あなた自身がピンときてい
なければ、要領をつかめない話になってしまいます。
どうすればピンとくるか、その方法をお教えします。

それは、あなたが誰かの応援団になってあげることです。
色々なテクニックを学ぶよりも、あなた自身が周りで応援したい人を見つけ、そして

実際に応援してあげることが、細かいニュアンスを理解する一番の方法でしょう。

ここで大事なことです、応援するほうから絶対に見返りを求めてはいけません。見返りを期待すると本当の意味で「応援するとはどういうことか？」という事がわからないからです。

G I V E（与える）& G I V Eの精神がポイントです。

では早速応援したい人を思いうかべてみましょう。

あなただったら「どういう人」を応援したいですか？

「なぜその人」を応援したいと思いましたか？

「きっかけになった一言」はなんですか？

「どうやって」応援したいですか？

「あまり負担にならない応援方法」はどのような方法ですか？

これらの質問の答えが、これからあなたが応援されるために「向かうべき方向」です。

ここで応援すると決めた相手を本当に応援し続けてください。

具体的にお客様になりうる人も紹介してあげるといいでしょう。

そのときに「紹介しやすい方法は、どのような言い方か」という事をしっかりと研究してください。

また、その言葉を行ったときに、相手がどのような反応を示し、「何と言ってくるか」も体験してください。

その反応は、あなたの応援団があなたを紹介したときに相手から受ける反応と同じです。

これらのことは、あなたが誰かの応援をして初めてわかることです。

そして、応援団の存在のありがたみがわかるようになるのも、このときでしょう。

逆にあなたが誰かの応援をしないと、陰で応援してくれる人の存在に気が付かないこともあります。

たとえば、あなたに「こんな本があるみたいだけど、読んでみたら？」とか

「新聞にこんな記事が載っていたけど、あなたの役に立つのではないですか？」と
いつも情報をくれる方はいらっしやいませんか？

このように思いがけずあなたを応援してくれている人がいるものです。

その存在に気が付かないのは罪です。

そのためにも、あなたも誰かの応援団になって、立場を理解してあげるべきです。

あなたが応援している相手は、「あなたが応援団だ」ということをはじめは知りません。
つまり、思いがけず応援してくれている人に、あなた自身がなっているのです。

ところが、機会があってそれが相手に分かると、ゆるぎない完璧な信頼関係が築けます。

そうなると、相手の方もあなたの応援団になってくれることは間違いありません。

そういう意味でも、あなた自身がたくさんの方の応援団をしてみてください。そうすると、同時にあなたの応援団も増える結果となります。早速、応援したい人のリストを作ってみましょう。そして、そのリストを常に持って応援活動をしてみましょう。

「新成人外交員」は、「自分がお客の 때가、発見のチャンス」と教えられます。応援される人になるのも、あなたが応援しているときに最大のチャンスです。誰かの応援団になってあげて、エッセンスをたくさんつかんでみましょう。

「新成人外交員」の人脈は少ないほうがいい

「新成人外交員」に限らず、ビジネスマンにとって「人脈」は貴重な財産です。ですから「人脈は多いほうがいい」と思われています。しかし、この「多いに越したことはない」という考えは間違いです。これはもちろん、「人脈はிரらない」といっているわけではありません。「応援団を作る新成人外交員の人脈は、初めは少ないほうがいい」という意味です。

人脈の少ない「新成人外交員」は、人脈1人ひとりとの関係を大切にします。そして、その「付き合い方の質」を高めようと自然に努力します。その人脈を頼るしかないの、なんとかして「応援される人になろう」と一生懸命になるのです。するとその思いが伝わり、相手の方からも「なんとかしてあげたい」と思ってもらえます。

その結果、何人もの人を紹介してもらえることとなります。さらに人脈の少ない「新成人外交員」は、その人から紹介して頂いた人との付き合いも大切にし、また次の紹介へと発展していきます。つまり、「紹介から紹介へ」という「人脈の縦の深堀り」のスパイラルを登れるのです。

一方、はじめから人脈の多い「新成人外交員」は「付き合い方の質」よりも「人数」を重視しがちです。なぜなら「ダメならすぐに次の人に行こう」という「新成人外交員」独自のポジティブな思考をしてしまうからです。この「次に行こう」が一人ひとりとの「付き合い方の質」を希薄にしてしまうのです。そして、相手からも、「あなたは、顔が広いから私が助けてあげなくても大丈夫だよ」と思われてしまいます。その結果として、誰からも紹介してもらいにくくなります。それでも、その「新成人外交員」は、「付き合い方の質」の重要性に気がつかず、つねに「次に行こう」と新規開拓に明け暮れるのです。

応援される人になるためには、この「希薄さ」は大敵です。

絶対に持つてはいけない概念です。

そういう意味で「次に行こう」が通用する「人脈が多い人」よりも、むしろ、「人脈の少ない人」のほうが応援される人になりやすいのです。

今までは、「新規開拓で断られても、めげない精神力を持った外交員」が注目を浴びてきましたが「次の人に行こう」の「次の人」が、まだまだあったからです。

ですが、もうそのような時代は終わりを告げました。

消費者の意識は高く、またセールスに対する拒絶反応も強く、

おまけに人口は減る一方で、マーケットはどんどん小さくなっていきます。

「質」の充実を図らずに「数=次の人」を求めても、

通用しない時代に入っているのです。

その認識をしっかりと持ってください。

「新成人外交員」自身が、セールスの手法（＝見込み客の開拓方法）を見直し、応援されるキャラクターを自らブランディングして、自分自身の応援団を組織するスタイルを築くことこそ、これからの時代の営業スタイルです。

極端な言い方ですが、人脈は「一人いれば十分」です。

その貴重なひとりと「質が高く内容の濃い」お付き合いをして、

その方を通して人脈を広げてください。

そういう意味でも、いち早く「応援される能力」を身につけた人が

「成功者」になれるのです。

第2章 【やってはいけないこと】

応援団を作ろうと思うなら、

まずあなた自身が応援される人にならなければなりません。

この章では、応援される人になるためのブランディングをしていく上で、

やってはいけない禁止事項を解説しています。

「えっ、そうなの？」と思う意外なこと、

「それはそうだよ」という当たり前のこと、

「やってしまいがち」だけど、やると良くない落とし穴など、

一つでも参考になる項目が合ったら、今日から改めましょう。

「説明はいらない」という仏様にくどくど説明してはいけない。

「新成人外交員」にとって仏様のような方が時々現れます。

あなたと会うこと自体が楽しみで、いつもにこにこしていて、

あなたのやっていることを無条件に受け入れてくださる方です。
商品の説明など知らない、という極端な例もあるぐらいです。
親戚関係や親友、先輩などがその代表例です。

こういう場合は、その行為をありがたく、そのまま受け取るようにしましょう。
確かに、こちらの説明もろくに聞かないで契約に応じてくれるわけですから、こちら
も「これでいいのか？」と戸惑い、もっとしっかりと納得した上で契約して欲しいと、
つつい説明に熱が入ってしまいがちです。

しかし、こういうケースは、せっかくの相手の好意を無駄にしてはいけません。
相手は「あなたのことを応援しているから、少しでも役に立つならどんな商品
(契約) だっていいのだよ。とにかく、成功するように頑張っね」という
エールを送っているのです。

それなのに、相手が求めてもない説明を、くどくどと説明するような口調で
語ることは自己満足にすぎません。

きっちり、すっきり、そのまま行為を受け取りましょう。

そして、心から感謝の気持ちを述べましょう。

また表面上のお付き合いは、「新成人外交員」とお客様のよう形に
なっているのですが、

心の中では無条件にあなたを受け入れてくれている仏様もいらっしゃいます。
自ら創業して成功した経営者にその傾向が強いようです。

「昔、創業したての頃、じぶんも見込み客探しで苦労した。
その時に色々な人から支えてもらったから、その恩返しのつもりでいる」と
いった方です。

こういう方とお話をしていると、
所々でこちらの意思を試しているような質問があります。

最も多い質問が「あなたは、なぜこのお仕事をしようと思ったのかね？」です。

それにきちんと答えて合格すると、「無条件に契約」してくれます。

このときに勘違いをしてしまう人が多いので、次のことに気を付けてください。

このような方は、もともとあなた自身を受け入れてくれているのです。

説明をきいてあげているのも、質問してくれているのも、
あなたの決意の確認にすぎません。

間違っても「商品力があるからだ」とか「自分の説明がよかったからだ」と、
相手の好意を自分の実力と履き違えないようにしてください。

もちろん、あなたが扱っている商品がいいという理由はあると思いますが、
相手の意思是、本来そこにはないことをきちんと理解しないと
ダメ「新成人外交員」になってしまいます。

このような仏様は、一生大切にお付き合いしてください。

いつまでもあなたの応援団になってくださいます。

ご自分で苦労された分、人脈も多く、見込み客の紹介が最も多いのも、このような経営者でしょう。

こういう方の中から、あなたのメンターのような「心の師匠」を見つけられると成功する速度が速くなります。
絶対にこのような仏様との出会いを見逃してはいけません。

・ 応援団にはキャッシュバックをしてはいけない。

ビジネスの世界では、紹介したお客様が契約されると、紹介料をキャッシュバックするという習慣があります。
しかし、このキャッシュバックをしなければならない方を応援団として考えることはやめてください。
キャッシュバックをする方々は、ビジネス上の業務提携の相手であって、応援団と区別する必要があります。

みなさんが応援団を募る際には、絶対に金銭で釣ってはいけません。
「もし、決まったら10%バックするから」などというフレーズで応援団になってもらってはいけないのです。
なぜ金銭で釣ってはいけないのでしょうか？

応援団という存在は、あなたを応援しようという「思い」で動いてくださっている方々です。
そこに金銭が絡むと「おもいのため」でなく「お金のため」に理由が変わっていきます。
すると「思いの質」が下がって、それが紹介された方に伝わってしまうのです。

キャッシュバックが頭にあると、ほとんどの人は紹介するときの話し方がへたになります。
なんとなく下心が出てきてしまうのです。
ネットワークビジネスの経験者であれば、ここが一番のネックになるという意味が容易に理解できるでしょう。

つまり、商品を気に入って愛用していた人が、ビジネスとしてとらえて人に紹介し始めると、急に話し方が下手になってしまうという現象です。
自分が金銭的に何も利益を得ていない単なる愛用者の時は、あれほど自然に、あれほど上手に話げたのに、収入を意識した瞬間から突然雰囲気が変わってしまうのです。
人の心は正直なのです。
このような現象を避けるためにも応援団にはキャッシュバックを

約束することをやめましょう。

また、紹介された方も後で知った時に「あいつは俺を金で売った」などと嫌な思いをされます。

これは、応援どころかあなたのせいで

人間関係を壊す引き金を引いてしまうことにもなりかねません。

後味が悪いですね。

ですから、決して金銭で釣って応援団を募ってはいけません。

あなたの「志」を伝えて「思い」で動いてくださる応援団を作ってください。

そして、キャッシュバックの代わりに、応援団の方へその感謝の気持ちを、態度や言葉でそして金銭以外の何かでお返ししてください。

それでも、どうしても金銭でお礼をしたい場合は、代理店方式、アフィリエイト、MLMなどの業務提携のスキームを導入して、相手にもビジネスであることをしっかりとご理解頂いたうえで活動することをお勧めします。

・「商品が嫌いだ」と言われた場合、商品の説得をしてはいけません。

身近な人に応援をお願いしに行ったときに

あなたの扱っている商品を「嫌いだ」と否定されることがあります。

たとえば「クレジットカードは、絶対に持たないことにしている」という方や「栄養は食べ物からとるようにしている」という健康食品嫌いの方などです。

このようなとき、あなたどのような反応をしますか？

「嫌いだったら応援してもらえないな」とすぐにあきらめてしまいますか？

それとも、商品の良さをもっと詳しく説明しますか？

本当に応援してほしいと思っているのでしたら、ここで簡単に諦めてはいけません。客観的に考えてみましょう。

あなたは「応援のお願い」に行っているのであって、

その人にその商品を売りに行っているわけではないのです。

つまり、商品が嫌われてもあなたは嫌われるわけではないということです。

「応援」とは、商品を応援するのではなく、あなた自身を応援してもらうことです。

「商品が嫌いだ」といわれた場合でも、簡単に諦めたりしないで、

応援のお願いを淡々と継続してください。

ただし、その際の注意点があります。

これはとても重要なことです。

それは「商品が嫌いだ」という相手の価値観を変えようと思わないことです。

もちろん、相手は、商品をよくしらないから嫌っているのでしょう。

そこで、商品に対する誤解を解きたいあなたの気持ちもわかります。

でも、その場面で商品説明をすると、必ず「説得」をする結果になってしまいます。

これは最悪です。

人は説得されることが嫌いなのです。

多くの「新成人外交員」がここで失敗しています。

たとえ、相手が説得に応じて価値観を変えたとしても、ほとんどの場合、もうあなたを応援しようとは思わなくなってしまうものです。

これは「議論に勝って、商売で負ける」というパターンです。

こういう方には、純粹に「自分への応援のお願い」だけをしてください。

「自分がなぜこの業種を選んだのか」「どうして、この会社にしたのか」

「そして、自分はどうなりたいのか」という自分の考え方を

具体的に自信をもって話すのです。

「商品が嫌いだ」という方に、あえて商品のことを説明する必要はありません。

大切なポイントは、「商品の応援」ではなく、

「あなた自身の応援」というイメージです。

この方法で「NO」という方は、まずいらっしゃいません。

必ず「YES」といってくださいます。

そして、実際に見込み客を紹介して頂いた場合には、

しっかりと丁寧にフォローしてください。

この紹介された見込み客が思いのほか商品を気に入ってくださると、

商品に否定的だった応援団の方も、偏見が少しずつなくなってくるものです。

このときが、「商品が嫌いだ」といわれた方へ誤解を解くタイミングですね。

このようにすれば、あなたが扱っている商品や会社、

または販売方法が気に入らなくても、相手はあなたを応援します。

相手に批判的なことを言われても反論せず、あきらめないでください。

そして改めて真剣に伝えてください。

「あなたの応援が必要なのです」と。

・「反論の先回り」をしてはいけない

「新成人外交員」としてある程度経験を重ねると、

セールステクニックをたくさん学びます。

あなたも数多くの「セールスノウハウ本」を読み、

いろんな研修を受けられた方がいらっしゃるのではないかと思います。

しかし、人にはそれぞれ個性があります。

ですから、同じテクニックでも使う人によって効果が違ってきてしまいます。

もちろん、「新成人外交員」として必要最低限のマナーなどは

身につけていなくてはなりません、本当の意味で「新成人外交員」が

しなければならないことは、「自然体でいること」です。

いい俳優でいるということは、カメラや聴衆を前にしても「いかに自然な演技ができるかどうかだ」といいますが、これはセールスにおいても同じなのです。さて、ある「新成人外交員」の失敗例をお話ししましょう。

ある有力な応援団の方からの紹介で、農家のご主人を紹介して頂きました。そのご主人のご自宅を訪問して、商品の説明を始めたときのことです。その「新成人外交員」は最近勉強したテクニックを使いました。それは、相手の反論を先回りしてから言うことで、相手に何も言わせないような心理状態にするものでした。

その「新成人外交員」は、本来そんな先回りをするようなタイプの間人ではなかつたのです。

結果は大失敗に終わりました。

相手のご主人は、もともと紹介してくれた人との信頼関係があり、商品を買うつもりでいたのに、「反論の先回り」処理をする「新成人外交員」の態度に気分を害してしまつたのです。

結局、商品がうれないどころか、応援団の信頼も失ってしまいました。

応援団のセールスでは、見込み客の質がかなり高いので、

とくに、こうした失敗に気をつけなくてはなりません。

もちろん、この「反論の先回り」というテクニックを用いる有効なセールスも沢山あると思いますが、

この「新成人外交員」の気質には合わないテクニックだつたようです。

それよりも「自分はこんな気持ちで頑張っています。よろしくお願い致します」と素直に頭を下げていれぱうまくいったのです。

また、最近のセールスノウハウ本では「頭を下げない営業」ということを推奨しているところが多いようですが、それは時と場合によります。

とくに目上の人と接するときは、素直にお願いするほうが好感をもたれます。

「応援される人」になるコツは、「私を応援してください」という言葉の持つ深い意味を理解し、自分らしく、「自然体でいること」です。

テクニックをたくさん勉強して知っておくことは大切です。

それは「引き出しをたくさん持つ」という意味です。

しかし、もともとの「棚」はあなた自身にあたります。

ですから、しっかりとした「棚」を作り上げたうえで、

たくさんの引き出しを持ちましょう。

すると、以外と引き出しの数がすくなくて済むことに気がつくと思います。

なぜなら、応援団がたくさんの「引き出し」を用意してくれているからです。

・かっこつけてはいけない

かっこつけてしまう「新成人外交員」をよく見かけます。

「私はバリバリの優秀な人間です」という

顔をしているタイプの「新成人外交員」です。

一方、ちょっとカッコ悪い「新成人外交員」がいます。

真面目で一生懸命だけど、ちょっと慌て者でおっちょこちょい。

どことなく滑稽で愛すべき人柄。

でも自分が一生懸命なあまり、自分の良さに気が付いていません。

それどころか、バリバリの頭の切れる「新成人外交員」に憧れてさえいます。

さて、応援団がたくさん持てる「新成人外交員」はどちらだと思いますか？

もう、おわかりですね。

応援団をたくさん作れるのは、後者の「ちょっとカッコ悪い新成人外交員」です。

こういう、ちょっとカッコ悪くて滑稽な「新成人外交員」は、

周りから見てもほっておけない、

つい応援したくなる存在なのです。

このほっておけないキャラクターは

「応援団形成型セールスの才能」でさえあるのです。

もし、あなたが普通、またはちょっとカッコ悪い三枚目タイプならチャンスです。

逆にもしかっこいい二枚目タイプなら、

応援団をふやすには三枚目に学ぶ必要があります。

以前「電車男」という不思議なタイトルの本が

ベストセラーになってTV化されたのを覚えていますか？

さて、あの「電車男」はどうしてあんなにも評判になったのでしょうか？

もてない男の代名詞アキバ系のオタク男が、ひたむきに恋愛にチャレンジした姿が、

けなげで、滑稽で、泣けて、かわいくて、「電車男、がんばれー」と、

多くの人の心を打ちました。

でも、彼がもし、かっこいい二枚目なキャラクターだったら、

こんなに評判になったのでしょうか？

おそらく誰も見向きもしなかったと思います。

ここがポイントです。

「電車男」は、情けない、カッコ悪いキャラクターで、運動会の徒競走でビリッケツのようなタイプだけど、歯を食いしばって一生懸命にはしっていたからこそ、たくさんの人が応援団になったのです。

「新成人外交員」のパーソナル・ブランディングは、スーパースターのような銀幕スターを戻るにして、それに近づく努力をするようなことではありません。

スーパースターは、「憧れ」の対象であって「応援」の対象ではないのです。

セールスの見込み客開拓に必要なのは「応援」です。

ですから、絶対にかっこつけてはいけません。

かっこつければつけるほど、反対に応援団は去っていきます。
ちょっとカッコ悪いぐらいの方がいいのです。
今、「なんて自分はダメなんだ・・・」と反省しているあなたこそ、
本当は成功する「新成人外交員」なのです。

・ 応援される人になるためには、感情を抑えすぎてはいけない。

応援される人になるためには感情を抑えすぎてはいけません。
私たちは子供のころから「感情を抑えること」がいいことだと教わります。
感情を抑えられる人間になってこそ、いっばしの大人だと。
ところがトップ「新成人外交員」や成功した事業経営者を見ると、
実はおもったより感情を出している人が多いことに気が付きます。

一見、短所にさえ見えるその感情的なところが「人間味」として伝わり、
親しみという安心感を抱かせるのです。

周りを取り囲む人も動きやすくなります。

「経営の神様」と言われる松下幸之助さんも部下を怒るときは、
感情的に怒っていたようです。

だからこそ、「これをすると怒られる」「これをするとほめられる」と
はっきりとした価値観が周りに伝わっていたのです。

少々感情的な部分があっても、

それは自分の生き方がはっきりしている証拠だと思えばいいのです。

それだけ真剣だからこそ感情がわき出るのでありますから。

もちろん、ここでもうしあげているのは、

やたらに感情的になればいいという事ではありません。

「場の空気」を読む力も必要です。

今、感情を表に出したほうがいいのかどうかを察知する能力です。

場の空気が読めずに感情を出すと、

たんなるわがままなやつとして映ってしまいます。

もしあなたが感情を押し殺してしまうタイプなら、
感情を少し出すように心がけてみてください。

怒ったり、泣いたり、笑ったり・・・

極端に変わることは難しいかもしれませんが、

押し殺していた感情を出すことによって「人間味」が出てきます。

そうすると親しみが湧いて「応援する理由」が見つかりやすくなります。

この人間味がゆえに「よし、一肌脱いであげよう」と

思ってもらえるようになるのです。

また、人に紹介しやすくなります。

みなさんの人柄やキャラクターが「人間味」によって説明しやすくなるのです。
恐がらずに感情をだしてみましよう。
そして、周りの人に早くあなたをわかってもらいましよう。

・大きな負担になる距離で付き合ってはいけない。

日頃の生活の中で、
応援団の方とはどのような付き合い方をしたらいいのでしょうか？
基本的な考え方は、「大きな負担になる距離で付き合ってはいけない」ということです。
応援をお願いしていること自体は、相手がどんなに好意的であっても、
その方の生活にとって、「余分なこと」にかわりはなく、
「負担」であることは間違いありません。
「負担には感じていませんよ」と言っていたとしても、
決して真に受けてはいけません。
そして、その分いつも感謝の気持ちを持ち続けなければいけません。

では、この「あまり大きな負担にならない距離」とはどのような距離なのでしょう？
これはズバリ、「ついでの距離感」です。
具体的に説明しましょう。
まずは、面談のタイミングです。
たとえば、お酒を飲むことが好きな応援団の方には、
その時間をお付き合いするようにします。
自分の大好きなことに付き合ってくれることは、相手にとって喜びです。
その時間帯で、最近の動き方など「それとなく」ご報告して、
応援団の継続をお願いしてください。
つまり「お酒のついでの作戦会議」です。
ランチタイムが主となる付き合い方もあります。
この場合は、ランチ後のコーヒーを飲んでいるタイミングが
「ついでの作戦タイム」となります。
主婦の場合は、お子さんが学校から帰ってくる前のティータイムがいい時間です。

このように、応援団の方にできるだけ負担にならない「ついでの時間帯」で
面談をすることが大切です。
したがって、食事を一緒に取ることはとても有効です。
なぜなら、食事は必ずだれでも取るからです。
中心となる応援団が 20 人いるのでしたら、
毎日のランチタイムを応援団の人と食べるようにするのもいいですね。
それでも応援団の方ひとりにとっては、月に 1 回のランチです。
その際のランチ代は、こちらで払います。
せめてもの感謝の気持ちです。

すると相手はあなたの応援団でいることの負担が軽減されます。
だからといって、中にはせっかくのランチタイムなので1人でゆっくりしたいという方もいますので、相手の気持ちを考えながらタイミングを計ってください。
このようにできるだけ負担にならないよう、常に「配慮」を忘れないようにしましょう。

次になかなか会えない忙しい応援団との付き合い方です。
基本はメールのやり取りが主になりますが、文章にも気を使う必要があります。
要件を簡潔に書き、しかも返事が不要であれば「お返事不要です」と書きましょう。
忙しい方でも人格者は、人とのコミュニケーションを大切にし、お返事を一人ひとりに書かれます。
そんな律儀な方へ負担を軽減するせめてもの思いやりとして「お返事は不要です」の一言を添えるべきです。
そのような律儀な方だからこそ、あなたの思いやりにもきっと気が付いてくれます。
応援されるようになるには、この気配りは、自然と出てくるのが望ましいですね。
電話をする時もタイミングを慎重に考えてください。
もちろん、相手にとっていい情報をつかんで、一刻を争う時は遠慮なく電話しましょう。

「メールでのやり取り」でも「電話で話す時」も、考えるべきことは、「私にとってあなたは特別な存在です」ということが、あなたの配慮と思いやりによって伝わるようになることです。
また、その面談で相手に負担になりすぎているなど感じたときは、感謝の気持ちだけ述べて、少し時間を空けるようにしましょう。
お互いに「NO」と気楽に言える仲なら遠慮なく「NO」と言ってもらいましょう。
そして、それをきちんと受け止めましょう。

そういう態度でいると相手も改めて「真剣さ」を認識してくれます。
同時に「NO」といっても、人間関係がなくならないという事が伝わります。
「NO」という反応に対して嫌いな顔をしないあなたを見て、「人としての深さ」を感じてもらえてよりいいイメージが残ります。
「NO」でも「YES」でも、(相手の方から何かのアクションがあった時はチャンスです) 相手が出した決断をあなたがきちんと受け止めていると、相手も改めて好感を示してくれるはずです。
応援団の方との関係は、「YES・NO」の結果はどちらでもいいのです。
大切なことは、応援団との人間関係が一番優先され、有効な関係を保ち続けることなのであります。

・嫌いな人と無理して付き合っはいけない。

応援してもらうためには、聖人君子のように、なんでも完璧にやらなければ、
とってしまいがちです。

応援をしてもらう以上は、へりくだって「誰にでも頭を下げてくださいして回らないと
いけない」と思うかもしれません。

でも、そのような必要も心配ありません。

なぜなら、全員を見方につける必要はないからです。

逆に全員を見方につけようとすると八方美人に映ります。

そうすると応援は得られません。

応援をしてもらう立場であっても、嫌いな人、
苦手なタイプの人とは付き合わなくていいのです。

「あの人は、人脈をたくさん持っているから・・・」とか、「あの人は、お金持ちだから
・・・」という理由で、嫌いな人でも無理やり付き合おうとする人がいますが、
応援団という観点から言うところは間違いです。

また、嫌いな人から紹介を受け取るとトラブルに巻き込まれることが多いものです。
実社会では嫌いな人とも付き合っていかなければならない場面がたくさんありますし、
嫌いだからといって無理に離れる必要はありません。

しかし、そのような人に応援団をお願いすることは避けてください。

応援団は、まずはこちらで選びましょう。

自分にとって心地いい人だったり、元気をもらえる人だったり、
楽しい会話ができる人を選びましょう。

応援団は、ひょっとしたら一生の付き合いになるかもしれません
ですから、こちらが慎重に選ぶぐらいがちょうどいいのです。

自分の価値観と合わない応援団を募ってはいけません。

その慎重に選んでいる価値観は、相手に伝わります。

すると「自分は本当に頼りにされているんだ」という自覚を持っていただけます。

そして、さらに応援してもらえるようになるのです。

また、「好き・嫌い」をわかるようになると、自分自身の中にも「だからこそキチンと
やらなければならない」という気持ちが強くなってきます。

自分の決断に責任を持つようになるのです。

一番良くないのは、その場その場で合わせて人と付き合うことです。

そのような人は、結局誰からも相手にされなくなります。

他人によってぶれることがない自分の軸を持ってください。

応援団を選ぶ際も、その軸を中心に置いて選んでください。

そのようなポリシーを貫いた結果、あなたらしい、

素晴らしい応援団ができるのです。

・「ビジネスだから」という言葉を使ってはいけない。

ビジネスマンは、必ず「ビジネスだから仕方がない」と無理やり思わなくてはならない場面に出くわします。

ビジネスであっても、プライベートであっても、「仕方がない」ということは当然あるわけですが、そのときに「ビジネスだから」という言葉を使って割り切ることをやめましょう。

応援される人になるためには、普通の人と同じ割り切りをしていてはダメです。

まず、たった今から「ビジネスだから」という言葉を使わないようにしてみてください。

すると、「信頼のオーラ」が出はじめます。

イメージしてみてください。

「ビジネスだからお金をいただかなくては・・・」

「ビジネスだからそこまでやると採算が合わないんです」

「ビジネスですから無駄な時間を使えないんです」と言わなければならない場面です。今までは、「ビジネスだから」という

便利な言葉で簡単に片づけることができていましたし、

相手も「ビジネスだから」といえば、「そりゃそうだよな」と思っていました。

でもあなたが、応援団を作って見込み客の行列を作ろうと思うなら、キッパリとこの言葉を捨ててください。

「ビジネスだから」という曖昧な言葉を使わないで、なんとか踏ん張ってみてください。

そういう心構えでことに臨むと、周りの人からも特別な目で見られるようになります。それが「信頼のオーラ」です。

そして、ユーザーに対して、そうした心構えで臨んだ行為は、「感動的なサービス」につながります。

「ビジネスだから」＝「お金」という構造が成り立つ世の中で、お金ではない「思い」で動いてくれたあなたは、

相手にとって清々しい存在になります。

ユーザーレベルでのロコミがおきるのは、

このような「通常だったらしてもらえないサービス」を受けられたときです。

ディズニーランドに行くと「ビジネスなのに、どうしてそこまでやってくれるの？」という場面を見ることができます。

この「ビジネスなのに、どうしてそこまで・・・」という驚きこそ、ディズニーランドに問うとても重要なことなのです。

「ビジネスだから仕方がない・・・」ではなく、「ビジネスなのにどうしてそこまでやってくれるの・・・」と言われるようになってください。

そうなれると、多くの人から自然に応援されるようになります。

・一番遠い人を「つついないがしろ」にしてはいけない。

人格者と言われる人は、「一番遠い人」にこそ丁寧に接しています。

「一番遠い人」とは？ ビジネスに直接関係ないけれど、いつもオフィスを掃除してくれている「お掃除のおばさん」または、「ビルの管理人さん」や「警備のおじさん」などのことです。

あなたは「お掃除のおばさん」とどのように接していますか？

大抵の人は、あいさつをする程度で「必要以上に人間関係を深めようとしていない」のではないのでしょうか？

つまり「つつい、ないがしろ」にしているのです。

実は、ここであなたの人間関係に対する「思い」がテストされています。

結論を申し上げます。

応援される人になるためには、

どのような人に対しても希薄な接し方をしてはいけません。

確かに、掃除のおばさんと関係を深めても、有力な情報が得られるわけでもありませんし、お客様を紹介してくれるわけでもありません。

ですが、あなたが本当に人を大切にしていたのであれば、どのような立場の人とも

「思いやり」の精神で、平等に付き合わなければなりません

もちろん、あなたが忙しいときにわざわざ「お掃除のおばさんの無駄話をききなさい」と言っているものではありません。

しかし、あなたが「応援される価値があるかどうか」は、こうした「一番遠い人」とどう接しているかで大きく分かれるのです。

「あの人は、掃除のおばさんから人気があって気さくな人なのよね」

「あの人は、どんなポジションの人とも分け隔てなく接している」

こういった人格的な評価は、評判になります。

評判も噂となって人の心をとらえます。

「噂を信じるなんて」と言いながらも、噂の持つ力を侮ってはいけません。

人は、噂を信じてしまう生き物です。

社会の実態は、噂で大きく左右されます。

そして噂は、こうした「一番遠い人」とどんな風に接しているかという、

一見ビジネスに関係のなさそうな些細な事柄に端を発するものです。

逆に考えてください。

「あの人は、仕事はできるんだけど、掃除のおばさんとか、宅配便屋さんとか、そうそうアルバイトの人なんかにも、なんだかいつも無愛想で威張っているのよね」と言われたらどうでしょう。

応援される人は、「忙しいと、ついついないがしろにしてしまうこと」
「当たり前なんだけどもんどくさがってしまうこと」を
人としての基本に返って実践している人たちです。
そんな「人格的な行動」は、周りにいる同僚や部下たちが必ず見えています。
そして、自然に「信頼できる人かどうか」を判断しています。
その証拠に、人格者は、いろいろな人から相談を持ちかけられます。

なぜなら「人を大切に使う人だから安心して相談できる」と
周りから信頼されているからです。
もしあなたが、「自分は応援される人になっているかな？」と、客観的に知りたければ、
「人から相談を受けているかどうか」で判断するもいいでしょう。
もし相談者が多ければ、
あなたは間違いなく応援される人格を持っているという事です。

・相手があきらかに間違っている場面でも「正論」をふりかざしてはいけない。

応援される人になるためには「言うてはいけないこと」があります。
それは誰が見ても相手が間違っている場面で、「正しいこと」をいう事です。
そのときは、あなたが言うのではなく相手に「正しいこと」を気づいてもらいましょう。
そして、相手の口から自分でいってもらうように導きましょう。
これは、子供の教育と同じです。
小学生ぐらいになると、
子供は自分で正しいこととそうでないことの区別ができるようになります。
子供が悪いことをしてしまった時に、頭ごなしに「正しいこと」を言い聞かせようと
する大人がいますが、これは逆効果なようです。
まずは、子供の気持ちになって、その時の感情を代弁してあげるのです。
すると子供は、「自分の気持ちをわかってくれた大人」に対して、
自ら正しいことを判断して口にします。

たとえば、ボール遊びをしていてガラスを割ってしまった子供に対して、
「どうしてガラスを割ったんだ！
あれほど、ガラスのあるところでボール遊びをしてはいけないって言ったじゃないか」
といっても、子どもは、言い訳を並べ立てるだけで、反省しようとしません。
ただ「責められていること」から逃れようとしています。
そして、「自分がいかに悪くないかということ」を説明し始めてしまうのです。

ところが、こういう言い方をすると違います。
「ガラスを割ってしまっていて驚いているんだね。
さあどうしようと思っているんだろう？」と子供の今の感情を代弁してあげるのです。
すると、子どもは（そうなんだ。割るつもりはなかったんだけど。ガラスのそばでボー

ル遊びをしてはいけないんだね。ごめんなさい。すぐに片づけます) と自らが悪いことを認め、そのうえでどうすればいいのかを話すようになります。

この話し方は、大人でもまったく同様です。

相手が間違っただけを言っているときは、自ら気づいてもらうように導くことが、いい関係を築く一番の方法です。

相手は、このように感情をうまくコントロールしてくれるあなたを見て

「この人は、わかってくれる人」と感じてくれます。

そして、そういう理解力があるあなたに

親近感と信頼をもって接してくれるようになるのです。

また、普段は言っても全く問題ない「正しいこと」でも、

「言ってはいけないタイミング」があります。

それは応援団があなたのことを思って

様々な意見やアイデアを出してくれているときです。

せっかくの意見や助言ですから黙って聞くようにしましょう。

そういうときに相手の意見に正誤を付けると相手は気分を悪くします。

「正しいことがわかっているのだったら、自分で考えろよ！」となってしまうのです。

その意見が正しいかどうかより、

あなたを応援してくれているという事実の方が大切なのです。

そのこと自体に感謝して、黙って聞くようにしましょう。

「言ってはいけないこと」「言いにくいこと」「言ってはいけないタイミング」

「正しいこと」の判断は、あなたの価値観が顕著に表れるところです。

マニュアル本に書かれているような正しいプレゼンのやり方でも、

相手の気持ちを考えずにやるととんでもない結果になることがあります。

その場面、場面で、相手の立場をよく考えて、一つ一つの言葉を丁寧に伝えましょう。

・高級ブランドで身を固めてはいけない。

第一印象メラビアンの法則

「新成人外交員」がお客様と面談するときに、

話す内容やプレゼンテーションのやり方よりもっと重要なことがあります。

それは、相手に与える「第一印象」です。

ここで「メラビアンの法則」という有名な法則をご紹介します。

メラビアンという心理学者が、人と人が会って話すときに

「受ける印象」を決定つける要素を分析したものです。

相手方に与える印象の比率は、「外見・態度 55%」

「話し方・声 38%」「話の内容 7%」となっています。

この法則にあるように「話の内容」は、相手に与える印象にほとんど関係ありません。

それよりも、態度や話しの方が、

「受ける印象」の影響を受けやすいという結果になっています。

では、応援されるためには、どのような印象がいいのでしょうか？

一般的な印象でも、上位に位置する「清潔さ、誠実さ、明るさ」は必要条件です。なかでも、応援される人ならではの要素が「謙虚さ」です。

応援団は「謙虚さ」を好みます。

この「謙虚さ」という好印象を持ち続けることに、細心の注意を払ってください。とくに、「高級ブランドで身を固める」という印象は良くありません。

たとえば歩合性の「新成人外交員」の場合、

成績が上がると当然報酬が多くなります。

そうなると、ブランド品を身につけたくなります。

男性の場合は、まず時計や車です。

しかしこうしたブランド品は「天敵」と考えたほうがいいでしょう。

人は、自分より裕福な人を応援したいとは思わないものです。

ですから少しくらい収入がアップしたからといって、

身の回りのものをガラッと高級ブランド品で装うようなことをしてはいけません。

どうしてもかえたければ、見えない部分でやりましょう。

この「小さな成功」がくせものなのです。

ちょっとした収入アップで謙虚な気持ちに緩みが出てきてしまうのです。

気を付けてください。

せっかく応援団を作って頑張ってきたのに、ここで応援団から見放されてしまうようなことになれば、今までの苦労が水の泡となります。

応援団は、あくまでも「成功していない」あなたを

「成功させたい」と思っているのです。

そして、成功しても「謙虚さ」を忘れない「初心忘れるべからず」の精神でいるあなたを応援し続けてくれるものです。

印象の重要性を再確認して、身につけるものにも気を配ってください。

成功して収入が増えたのなら、

応援団の方々に恩返し印として何かプレゼントするのもいいでしょう。

同時にあらたな目標をお伝えするとともに、応援の継続をお願いするのです。

・「騙されたと思って・・・」と言ってはいけない。

応援される人がやってはいけない話し方があります。

それは「プロっぽい話し方」「丁寧すぎる話し方」「同調しすぎる話し方」です。

ある程度経験を積んだ「新成人外交員」は自分の話し方に飽きてきてしまって、「わびさび」のない要点だけをうまく表現するようになります。

これが「プロっぽい話し方」です。

この話し方は言葉に魂がこもらなくなってきました。
すると、人間味が伝わらないため、お客様から共感を得られなくなります。
その結果「応援」ということから、とても遠い位置に行ってしまいます。

応援される人になるためには、日々の出来事を純粹にとらえて、
新鮮さをわすれないようにしましょう。

よくセールスのノウハウ本では、「プロの話し方のまねをしましょう」と書かれていま
すが、応援される「新成人外交員」には、そのスキルは必要ありません。

むしろ素人っぽさをなくさないように努力するべきです。

その結果、みんなから共感され、長い間応援されるようになります。

たま、「丁寧すぎる話し方」をする人がいますが、

これは話の中身がない人が多いようです。

丁寧なので第一印象はいいのですが、中身をカバーするために、どうしても
「丁寧すぎる」対応をしてしまうようです。

この話し方は、メリハリがなく面白みにかけるので、

2回目以降の面談が極端に減ります。

そして、もっと悪いのは、丁寧な話し方の割に、やっていることが丁寧でないこと。

第2印象でマイナスになるというパターンです。

まさに減点法で評価されてしまう対象です。

結局のところ、「あの人は第一印象だけね」と陰口さえたたかれてしまいます。

丁寧な話し方をして、「第一印象がいい」と思われることが多い人は、
この点に気を付けてください。

ただ、丁寧に話せばいいというものではないのです。

「話す内容」と「行動」とのバランスが大事です。

ちょっと見直してみてください。

「新成人外交員」は「お客様の話をよく聞きなさい」と言われます。

ところが、聞きすぎてしまう人がよくいます。

そのうえ、こちらの主張を言えないままに終わってしまいます。

これでは、「自信がない人」に見られるどころか、

「頑張ろう」という意志すら伝えられません。

その結果、相手の印象が薄く、忘れ去られるのがオチです。

「同調しすぎる話し方」をする人は、もう一度セルフイメージを固めてください。

あなたが何故この仕事をしているのか、明確にしてください。

小さな主張でいいのです。

はっきりとした意思を伝えるようにしましょう。

また、最後のきめの言葉として「騙されたと思って」という言葉を使う人がいます。

それよりも「私を信じて」という言葉にかえましょう。

プロポーズをするときに「あなたを幸せにします。騙されたと思って結婚してくださ

い」とは言わないですよ。

「あなたを幸せにします。私を信じて結婚してください」という気持ちでプロポーズするのではないのでしょうか。

ここぞという時の「新成人外交員」の話し方は、プロポーズと一緒にです。

常に真剣な気持ちで伝えきらないとだめです。

そのためにも、日ごろから単語を一つ一つ注意して使いましょう。

・自己満足である「与える行為」をしてはいけない。

「与える」という事を喜んでやる人がいますが、これは大きな誤りです。

「また何を言い出すのだ」と思われるかもしれませんね。

確かに、与えることは、相手にとって喜ばしいことがたくさんあります。

目的が「相手の満足」ではなく「自分の満足」のためという人が結構いるのです。

これはやめなければなりません。

最も気を付けなければならないのは、相手にとって「与えられる」ことが

迷惑になっているにもかかわらず、相手の反応が悪いと

「〇〇さんのために思ってやったのに」という文句が出てくる場合です。

あなたが誰かに親切でやってあげたことであっても、

後でもしも文句が出てしまったら、少なからずあなたの中に、

自己満足の部分があったことを認識しなくてはなりません。

本当に「〇〇さんのために」ということであれば、

自分のやってあげたことより、相手の満足の方が気になり

「〇〇さんのために思ってやったのに・・・」とは思わないのです。

「自己満足のための与える行為」は、相手の為にも自分の為にも、

結果的にはやる価値がありません。

ありがた迷惑な行為は、逆効果として働き、いいことはないのです。

応援をしてくださる方にプレゼントをするなら、

その人が本当に欲しがっているものを察知し、そのプレゼントをあげてください。

そうすれば、貰った相手は心から喜んでくれます。

サンタクロースを信じている子どもへプレゼントする親のように、

恋人に誕生日プレゼントをするように、

良く贈り物を吟味して「自分の満足」ではなく、

「相手の満足」のために「与えて」ください。

そうして相手が心から喜んでくれたなら、「苦労して買って来たかいがあった」と、

あなたも嬉しくなるはずですよ。

・変なコンプレックスをもたない。

以前、女性が結婚相手として男性を選ぶ基準として
3高「高学歴、高身長、高収入」と言われていました。
仕事においても同じです。

「いい大学にはいれば、いい会社に就職できて、そこでまじめに努力していれば、
一生安泰」という考え方でした。

しかし、いまはどうでしょう？

バブルの崩壊と共に「いい会社」の定義も崩れ、

「安定ってなんだろう？」と改めて考えさせられます。

高感度、人間味といった応援される人のキャラクターという観点からすると

「3高」は今や嫌味になる危険も多く含んでいます。

もっとも「高収入」という点については、

多くのビジネスマンが目指すべき目標の一つですが、

一般的に「3高」という、勝ちすぎた人を誰も応援したいとは思わないものです。

「3高」は、むしろ邪魔になることさえあるのです。

したがって「3高」をもっていない人は、それをコンプレックスにするどころか、
応援団づくりの武器にしてください。

強烈なリーダーシップを発揮した田中角栄も、

高等小学校しか卒業していないことを武器にして

庶民派で親しみやすいキャラクターをアピールしていました。

反対に、すでに「3高」を持ってしまっている人は、

応援団づくりにハンディキャップを背負っているくらいの感覚を持って、
極力、嫌味のない人を心がけなければなりません。

「自分は、大学も行っていないし・・・」と思っている人は、
その本質を見直してみてください。

ハンディキャップどころか、意外と優位に立てる要素になることに気づいてください。

変な「コンプレックス」を持つ必要はないのです。

「コンプレックス」を感じたらすぐに、「応援される人になるために」という
価値観で照らし合わせてみてください。

改めて「あなたらしさ」を自覚してください。

そうして、「私の応援団になってくれませんか？」と、

お日様に向かって真っすぐ伸びるひまわりのように告白してください。

きっといい結果が持っていることでしょう。

第3章 積極的にやるべきこと。

応援団を作るというイメージがなんとなくわいてきましたか？

「具体的にどうすれば応援されるようになるのか？」ということを解説します。
応援されるような人になるためにはどうしたらいいのか？
どういうことを積極的にやるべきなのか？
一つひとつの項目は、独立していますので、関心のある項目から実践してください。
とくにあなたが自ら「見返りを求めずに誰かを応援してあげる」と、
この章のイメージが膨らむはずですよ。
ここでお願いがあります。
ここに書かれていることを、すべて完璧にやろうと思わないでください。
完璧を目指すと、どんどん行動が遅くなります。
それよりも、少しでも実践して営業活動のヒントを得てください。
そのヒントから、自分らしい応援される方法が見つかると思います。

・相手が「なるほど」と納得できる仕事の選択理由を持つ。

「自分が、なぜその仕事を選んでいるのか？」という質問に「なるほど」と
言わせる理由があると、応援団が格段に増えます。
以前がん保険のTVコマーシャルで、ある保険営業マンが「私がこの仕事を始めたき
っかけは、自分の兄がガンになったからなんです。
そのときにがん保険の大切さを初めて知りました。
だからそれを皆さんにお伝えしたくて・・・」という内容です。
いかがでしょう。
この営業マンがこの仕事を選んだ理由に「なるほど」と納得しませんか？
この「なるほど」に絶大な力があるのです。
初めて聞いた人でも「信用できそう」「信用できる」「真剣さが伝わる」
「頼りになる」「応援したい」と瞬時に思ってもらえます。

事務所にある生命保険の新人の営業職員さんが、飛び込みで営業に来た時のことです。
若い女性が2人で「ご挨拶に参りました」と
アポイントもなく、突然訪ねてきたのです。
そのとき、この2人に尋ねてみました。
「この世の中にたくさん職業がある中で、なぜ生命保険の営業職を選んだのですか？」
すると一人の女性は、「私は、就職活動を一生懸命やってきた中でどうしても、
満たしたい条件が合ったんです。
それが、大手企業で、営業職で、都内の勤務で、転勤がないことなんです。
そうしたら、〇〇生命は、条件にぴったりだったので、入りました」と答えました。

私は苦笑いをし、もう一人の女性の回答を待ちました。
すると彼女は、「私は、母が同じ〇〇生命で営業職員をしているんです。
小さいころからよく母に届くお手紙を見て、
子どもながらに母の仕事って偉いんだなと思っていたんです。

なぜかというとその手紙には、必ず“ありがとう”と書かれていたのです。本当にたくさんの方からお礼の手紙が届いていたんです。そのときに、生命保険て人から感謝される仕事なんだって思っていました。だから、おとなになったら絶対に母みたいになりたいって思いまして、母と同じ〇〇生命に入ったんです。今のこの立場が私の小さいころからの夢だったんです」と答えたのです。

私は、「なるほど！」と感動しました。最初の女性は、就職の条件を答えたのですが、後の女性は、夢が叶っている最中だと答えたのです。あなたがもし私の立場だったら、どちらの営業職員さんを応援したいですか？答えは歴然ですね。あなたの「なるほど」をもう一度よく考えてみてください。

あなたは、今の仕事を「なぜ？」選んでいるのでしょうか？なんとなくその業界を選んだ人でも「本気でやりたい」「続けたい」と思ったきっかけはなんですか？その理由が明確になった瞬間に、多くの応援団があなたにエールを送り始めるのです。

・思わず人に話したくなるような物語を作っておく。

人から人に言葉で伝わっていく噂は、「ストーリー性をいかに持てるか」という事が広がりやの規模を決めます。応援団の方が、人に紹介しやすい「製品のストーリー」を考えてください。簡単に覚えることができ、わかりやすく、印象に残る物語である必要があります。もっと言うならば「思わずしゃべりたくなるような物語」であればベストです。確かにストーリー性がなくても、応援団であれば広げてくれる方もいると思いますが、「覚えやすい、人に話しやすい、わかりやすい」ということがあれば、たくさんの人に紹介してくれる可能性がぐんと上がります。ですから「新成人外交員」は、応援団の方々は何と言って人に話しをしてもらおうか、その、覚えやすい、人に話しやすいストーリーをあらかじめ考えておく必要があるのです。

取り扱っている製品のエピソード、製造方法や買ったお客様の話などがいいですね。どれか一つでいいので、紹介しやすい物語を見つけてください。応援団が、あなたや製品のことを知人に紹介している場面をイメージしながら考えると、コンセプトがはっきりして、短くてわかりやすいストーリーが見えてきます。たとえば、製品の話であれば、「東ヨーロッパで不老の研究がもとになって作られた化粧品で、ダイアナ妃も使っていたそうです」という短いストーリーに。

製品の作り方であれば、「このスープは 30 年受け継がれた秘伝の味噌を使って、職人が 24 時間、微妙な火力調整をしながら作った極上品です。

買ったお客様のストーリーであれば、

「知人が糖尿病で、この健康食品を飲んだら、3 か月後に大幅に血糖値が改善されました」など、簡単に覚えられるストーリーを応援団に伝えることが重要です

ストーリーがなかなか見つからない製品の場合は、あなた自身の物語が一番有効です。

「私の人生の中で一番有望株の新成人外交員でとっても誠実な人」と言われて紹介されれば本当にありがたいですね。

・本気度をしっかり示す。

あなたが自分のビジネスに対して、「いかに真剣で本気か」という事を相手に示さなければ、応援を得られないことは言うまでもありません。

その「本気の度合い」は、

自分の人生観や目標を熱く明確に語ることによって伝えられます。

そして、もうひとつ「本気の度合い」を伝えられる最大のチャンスがあります。

それは、「思いがけない質問をされたときのしっかりとした返答」です。

とくに「意地悪な質問」であったり、「普通は聞かれないような内容」を聞かれた時に、即答できちんと答えられると、

相手の方は「こいつは本気だな」と思ってくださいます。この効果は絶大です。

間違っても「なんて失礼な人だ」とか、「こんなことを聞くなんて嫌われているのかな？」などと考えないでください。

思いがけない質問をされた時は、あなたの目の前に「絶好のチャンスがやってきた！」と考えるべき場面なのです。

あなたは、以下のような質問をされた時に、きちんと答えられるでしょうか？

たとえば、「あなたは、お金のために仕事をやっているの？

3 億円あげるって言われたら、あなたは今の仕事を辞める？」

「仕事と家庭のどちらかを選ばなければならないときに、どちらを選ぶ？」

「あなたの会社が倒産したら、この保証はどうなるの？」確かに変な質問です。

「こんなことにこたえて何になるのだ」と思われるかもしれません。

ですが、この返答が素晴らしいかどうかという事よりも、この突発的に起きた

「思いがけない事態」に「あなたがどう対処するか」というところが重要なのです。

ここで、嫌な顔ひとつせずきちんと返答できると「こいつはなかなかだな！」と思ってくださいます。

「そんなことまでこたえられる新成人外交員を見たことがない」と認められれば上出来ですね。

もちろん、答えられないような質問もあります

そんなときは、ひるまず「宿題にさせてください」と答えるのがいいでしょう。このように本気度が伝わるのは、普通ではないことが起きたときの対処です。つまり「思いがけないこと（質問）」が、あなたにとって「想定内であったとき」または「想定内のようにふるまえたとき」です。その時に人は驚きと同時にあなたを真剣に受けとめようとしてくれます。ですから、応援される人になるためには、常に思いがけないことへのチャレンジ精神を忘れないようにしてください。

・いいお客様には「お客様の声（ユーザズ・ボイス）の人」になっていただく。

すぐに商品を購入してくださるお客様がいます。本当に商品のニーズがあって、心底納得してくださっているお客様です。この場合、お客様の頭の中は、はじめから「契約することが前提」になっていますので「応援」という概念がまったくありません。お客様は、純粋にその商品を気に入ったから契約しただけなのです。こうしたお客様は、確かにいいお客様なのですが、説得や説明がほとんど必要ないので関係が希薄になりがちです。

このような場合は、応援団になってもらうのではなく、まず応援団の手前のポジションである「お客様の声の人」になっていただくようにしましょう。

「お客様の声の人」とは、積極的にクチコミをしてくれる人のことです。この「お客様の声の人」になっていただくには、ちょっとした儀式が必要です。ちょっとした儀式とは、お客様自身に「何で契約したのか？」という理由を、深く、きっちり頭に刻み込んでもらう再認識へのステップを踏んでもらうことです。お客様は「その商品を気に入ったから買っただけ」と思っているかもしれませんが、実はそのほかに、「新成人外交員」の対応が良かったり会社の電話の対応が良かったなど、あまり気にしていない部分でも「よかった」と感じていることがあるものです。そこに改めて気づいてもらい、さらに印象を深めることによって「お客様の声の人」になっていただくのです。この儀式にいちばん適した方法は、アンケートです。

お客様が「なぜ」「この商品を」「この会社の」「この営業マンから」買ったのかという事を改めて気がついてもらえるような質問を用意し、回答していただくのです。ただし、ここで間違えないでいただきたいのは、このアンケートは、あくまでも「お客様に再認識してもらおうツールである」という事です。あなたの会社や、あなたがリサーチしたいことにこたえて頂くものではありません。リサーチは別の機会にしてください。このアンケートの最後に「この商品を誰かに伝えるとすれば、どなたに話しますか？」

という質問を必ず添えておくことがポイントです。
そしてその紹介者に「推薦カード」を渡してもらうようお願いするのです。
単純に「お願い」だけでは、お客様に動いていただけません。
お客様のメリットを用意してください。

たとえば、紹介を受けたお客様が推薦カードを持参されたら、そのお客様と紹介してくれた元のお客様のお二人に粗品を差し上げるというような「ちょっとしたメリット」でいいのです。

このメリットを付けておくだけで、紹介率は飛躍的にアップします。
そのお客様とコミュニケーションを深め、さらに紹介して頂けるようになったら、もう「応援団」になって頂いたのと同じ状態になります。
もともと、複数紹介して下さるお客様は、
あなたを「応援してあげたい」と思っているものです。
ですから二人目の紹介が出た段階で、改めて「応援団になってください」と率直にお願いしましょう。
快く応援団を引き受けてくださるはずです。

・思いがけないサービスでギャップを演出する。

あるトップ「新成人外交員」の話です。
彼は、「話すこと」があまり得意ではありませんでした。
でも、それをカバーするために日々「人に喜ばれる方法」を研究していました。
その中のある方法が自分にぴったりで、そのお蔭で、
今では多くの応援団を抱えたトップ「新成人外交員」になったのです。
その彼のやっていた方法は単純です。
「人と約束をする時に低めの約束をして、その約束を果たすときに、
少しだけ高く、それも確実にやってあげる」ということです。

たとえば、「3日で回答できそうだと予測した事柄に1週間後に回答します」と少しだけ余裕を持った約束をするのです。
実際には3日で回答をすることで「思ったより早く回答がきた」と相手に喜んでいただくのです。
この方法を「ギャップの演出」と言います。
人は、期待していなかった思いがけないサービスを受けられた時に、その感動を必ず誰かに喋りたくなります。
このしゃべりたくなる衝動の裏にあるのが「高い位置」に持て来られたギャップがあったのでしゃべりたくなったのです。

冷静な事実として、「期待していなかった思いがけないサービス」というのは、「質の高いサービス」ではなく「驚きのサービス」です。

「はじめから期待していたサービス」は、期待していたのですから「当たり前サービス」にすぎません。彼は、この方法を自分なりに応用して、相手に喜んでもらえるように努力していたのです。その彼のギャップを味わった方が人から人へと伝え、彼を応援する人がたくさん現れたのでした。もちろん、なんでも「低めの約束をすればいい」というものではありませんが、大抵の「新成人外交員」は話が上手でお客様に「期待させすぎてしまっている」傾向にあります。

肝心なサービスを提供するときに「言っていた内容以下」でしかないことが多いものです。それではお客様満足度は「当たり前」の域を出ず、人に紹介するという事がないのです。このトップ「新成人外交員」のように、相手に「驚きのギャップ」を感じてもらうために、少し低めの約束をしてはどうでしょうか。

「口頭で言っていた見積金額より、実際の見積書の金額を下げた提案する」とか、「当初回答していた納期よりも実際には早く納品してあげる」など小さなことでいいのです。お金の返済でも同じです。約束の返済期日より早く「ありがとうございました。少しでも早くと思ひまして・・・」と返済すると、そのギャップに信用は増大します。このような小さな喜ばれるギャップの繰り返しでいいのです。その心配りに感動し、お客様も応援団も、満足以上の驚きで、あなたをどんどん人に紹介してくれるようになるのです。

・「生きている目的」や「人生の価値観」を明確にしておく。

「あなたの生きている目的は何ですか？」この質問に明確に答えられる「新成人外交員」はどれぐらいいるのでしょうか？あなたは、答えられますか？応援団を作る「新成人外交員」は「生きている目的を明確にすること」が必要です。何故なら応援して下さる方々は、あなたの扱っている商品というより「あなた自身」に最大の関心を寄せてみつめているものだからです。様々な場面でああなたの「生きる目的」や「価値観」に興味を持ち、確認しています。とくに、人生の達人とでもいうべき実力者や人生に深い考えを持っている方は面談時に「鋭い洞察力」でああなたを試しています。「この人とこの時間を共有する価値があるかどうか？」と。応援して下さる人は、年齢も性別も様々です。

そうすると、あなたがある一定レベルの理解力や考え方を持っていないと、相手の話についていけなくなることがあります。
とくに実力者たちは、時間を無駄にしないために、それなりのキーワードを持って接する人を選んでいきます。
そのキーワードに気がつかないでいると、相手の懐に入ることができません。
つまり、応援は得られないわけです。
ところが、こうした深い考えを持っている実力者のテストに合格すると、とても強力な応援団になってくれます。

大事なことは、普段はあまり考えないかもしれない「生きる目的」というテーマを考えて、明確な言葉にしておくという事です。
今まで考えた事がなければ、今すぐ考えてみてください。
それを紙に書いてみてください。
そして、その紙を毎日見ることをお奨めします。

ちなみに私の場合は「家族との幸せを求め、また出会う方々と多くの幸せを分かち合うために生きています」です。
目的が定まった人は、次にセルフイメージを高めてください。
「自分は〇〇のために生きている」という気高い貴族のような気持でいるのです。
すると、小さなことが気にならなくなってきます。
そうすると人から好かれやすい人格が形成されます。
ぜひやってみてください。
何も損はしません。
実行してみるだけです。
そして結果を冷静に受け止めてみてください。

次にある程度のレベルに達した人が受けるテストがあります。
それは「お金」に関するテストです。
内容は「お金」とあなたの「価値観」を天秤にかけなければならないようなものです。
そのときに、あなたがどちらを選択するかが問題です。
たとえば、次のケースを考えてみてください。
あなたは、生命保険の営業マンです。
あなたは最近、収入が少なくて困っていました。
そのようなときに、あるお客様が生命保険を契約したいという嬉しい申し出です。
Aという商品は、あなたの報酬が高くなりますが、お客様にとって少しだけ相応しくない契約。
Bという商品は、よりお客様のためになるのですが、あなたの報酬が少なくなります。
お客様には、AとBの違いがまったくわかりません。
この場合あなたは、どちらの商品をセールスしますか？

はい、このときにBを選ぶことが当然ですが、少しAを売ろうかと迷いませんでしたか？
ここで迷わずBと言える価値観が大切です。
「お金は、必要だけど重要ではない」のです。
重要なのは「生きる目的」であり、あなたが日頃から考えている「人生の価値観」です。
ここで迷わなければ、必ず素晴らしい方々とめぐり合えます。
その結果、お金も後からついてくるようになります。
それが本当の「生きたお金」です。

・過去形で目標をすべて達成したプロフィールを書く。

応援される人になるために、セルフイメージを高めてください。
セルフイメージとは、自分が自分に対して持つイメージです。
セルフイメージが高い人は、そのイメージ通りに振る舞うことができます。
逆にセルフイメージが低い人は、それなりの振る舞いしかできません。
パーソナル・ブランディングとは、「他人がどのようにあなたをイメージしてくれるか」ということでもあります。
あなたが自分で自分を低く見てしまうと、周りからどのようにみられるでしょうか？
答えは「低くみられるどころか、あなたの存在にさえ気が付きません」
逆に高いセルフイメージを持った人は、どのようにみられるでしょう？
こういう方は、どのような状況でも受け止めるという、どこか固い決意と冷静さを兼ね備えた余裕を感じさせ、それが嫌味でなく、人の印象に残ります。
この「人の印象に残る」ということからパーソナル・ブランディングが始まります。
ここでセルフイメージを高め「人の印象に残る」存在になるための簡単な方法をお教えします。

それは、目標をすべて達成してしまった後の最高のプロフィールを書くことです。
プロフィールですからすべて過去形です。
「私は35歳で〇〇売上全国1位を獲得しました」、「私は独立後、〇〇株式会社を設立し5年後に上場した」、「41歳でハワイに別荘を持った」などなど。
「〇〇をめざしてます」などという言葉は使いません。
この過去形で書いておくという事がポイントになります。
人の脳は、鮮明にイメージができると、現実と夢の違いを判断できなくなるそうです。
ですから、すでに成功した後のイメージで自分がいるとそのように振る舞えるようになってしまうのです。
その「成功した自分」を脳に刷り込む作業を
「プロフィールを書く」という事で行うのです。
完成したプロフィールは、常に持ち歩いてときどき眺めるといいでしょう。

この手法の効果は絶大です。

セルフイメージを高める方法として、「自分の目標を達成した後の姿を過去形で紙に書く」という手法は、ありとあらゆる成功者が行った実証済みの方法です。ぜひ実践してください。

・「幸せな成功のための3つの目標設定」を考える。

成功者はよく「目標を決めなさい。

目標設定は成功するために必要不可欠なこと」と言います。

応援される人になるためにも、当然目標設定は大切です。

ここで「幸せな成功のための3つの目標設定」という

概念があることを知ってください。

これは、通常目標設定に加えて捉え方を3つに分類することによって、より行動しやすくしたものです。

目標を7分野「仕事・知性・物・体験・愛・家族・健康・心・社会環境」に分けて設定します。

この7分野とは、「お互いに補うことができない目標分野」です。

これらの一つひとつの分野に対して、

明確な目標を設定することでバランスを取ることができるのです。

そして、この7分野を3つのグループ「達成目標」「状態目標」「環境目標」に分けてそれぞれの関係について理解し心に深く刻み込むのです。

まずは、7つの分野について解説します。

大抵の人は「会社を上場させてお金持ちになる」「世界一周旅行をする」「エベレストに登る」というような目標を設定します。

この「やりたいこと」の設定は正しいのですが、

この目標を達成しても幸せでないことがあります。

目標を達成したときに「これで私は本当に幸せなのか？」と

疑問を持ってしまうのです。

もちろん、「お金持ちになる」という設定をした人がお金を持てるようになると、

しばらくの間は本当に「なんて自分は幸せなのだ」感じています。

本当に充実した幸せを得られたかというと、

意外とそうでないことに気がついたりするのです。

つまり「お金持ち」には、幸せなお金持ちとそうでないお金持ちがいるのです。

どういうことでしょうか？

たとえば、お金持ちになりたい動機として、

「家族を幸せにするために」という事が根本にあったとします。

ところが、仕事が忙しくなってくると、

本来幸せにするはずであった家族をないがしろにしてしまうことがあるのです。その結果、逆に家族から相手にされなくなってしまい、成功してお金持ちになった頃には、家族を失っていた、もしくはそれに近い状態になっていたという「ビジネス成功者」が多くいるのです。

その時になって初めて「私は何のために苦労してお金持ちになったのだろうか？」と気がつきます。

「仕事やお金」と「家族」のバランスをうまく調整しなければならなかったのですが・・・遅すぎたで気づきです。このように「家庭の失敗を仕事やお金で補うことはできない」という事を知っておく必要があります。そのうえで目標を設定しないと、後で「不幸せな成功者」になってしまいます。このように目標は、お互いに補うことができない7分野において、設定することが大切です。

次に3つのグループ「達成目標」「状態目標」「環境目標」について簡単に解説します。達成目標とは、達成すれば目標としていたものがゴールとなる分野です。項目をよく見て想像してみると分かるはずですが。たとえば、「物・体験」の分野で「フェラーリを購入する」と目標を立てていたとします。あなたは、フェラーリを購入した段階でこの目標は達成してしまいますので、目標から消えることとなります。そして、新たな目標を設定し直さなければなりません。このように達成してしまえばゴールという分野、「仕事」「知性」「物・体験」を達成目標と言います。

状態目標とはたった今から障害にわたって、維持し続けなければならない目標です。つまり、その状態を達成したからといってゴールではなく、常にその状態であり続けることが大切な項目です。同時にこの項目は、すぐにでも達成できることでもあります。具体的に「愛・家族」の項目で「つねに家族が仲良く気持ちよく生活する」と目標を立てたとすると、今からすぐにでもできますが、その状態は、一生涯あり続けたい状態です。状態目標は、この3分野「愛・家族」「健康」「心」で構成されます。

環境目標とは、社会環境に関わる目標です。この項目は、「日頃の環境」と「携わっている社会」がどうあってほしいのかまた自分がどのように貢献していくのかということを目標にするものです。この目標は、恵まれた環境にある日本人には少し考えにくい項目ですが、東日本大震災が起きたので改めて気づかされた人が多いはずですが、自分だけがビジネスで成功することはあり得ず、

周りの社会環境が整って初めてビジネスが成り立つのです。
その項目をしっかりと自分のビジネスと結びつけて考え、目標設定するのです。
そうすることで、視野が広くなり、大きなビジネスの発想になります。
多くの大成功者は、この項目を重要視しています。
必ず、社会のためになるという事を目標にしているものです。

ここで「お金」が目標の項目にないので気になる方もいるでしょう。

お金は、媒体であり手段です。

それぞれの目標を設定し、それを数値化したときに、

いくらのお金が必要になるか考えたらいいでしょう。

逆に言えば、目標が決まっていなのに漠然と欲しいお金を
考えても意味がありません。

なぜそのお金が欲しいのか？

その答えは、各分野の目標設定の各項目にあるのです。

まずは、各分野の目標を設定してください。

その後に必要な金額を計算してください。

以上簡単に説明いたしました。目標設定については、
奥が深く専門書も数多く出ています。

この分野を極めたい方は、ぜひ本を読んだり、

セミナーに参加してみたりするといいでしょう。

目標設定は、意識して活動するのと、そうでないのでは雲泥の差が付きます。

もっといえば、ビジネスマンだけでなく、すべての人に必要な要素だと思います。

ぜひ、多くの人のお見本となるようないい目標を立ててみてください。

・「小さなオーラ」を出すように心がける。

応援される人になるためには、「小さなオーラ」を出すように心がけてください。

「オーラ」と聞くと特別な人が発していて、

自分には出すことができないと思うかもしれませんが、

もちろん、誰の目にもわかるような強烈なオーラを出す方がいますが、

応援されるためのオーラは、そのような強烈なものではありません。

「この人というのと、なんとなく幸せな気分になる」「この人の周りにはいつも笑いがある」

「この人と会うと心を洗われるような気持になる」というような、

「なんとなく」感じるオーラでいいのです。

この小さなオーラをだすにはちょっとしたコツがあります。

それは「自分と関わる全ての人を幸せにする」と心に決めることです。

「また、変なことを言っているな」と思うかもしれませんが、

これはひとつのおまじないみたいなものです。

人間は、どうしても他人よりも自分のことを先に考えてしまいます。

「他人の幸せ」より、「自分の幸せ」を願うものです。

これは、仕方のないことです。

しかしこの思いが強くなりすぎると「あの人は自分に事しか考えない」と思われて、他人から敬遠されます。

応援されるどころか敬遠されてしまっては、成功はあり得ません。

ですから、強くなりすぎて伝わってしまう、自分だけの幸せという

「マイナスのオーラ」を「プラスのオーラ」に変えるおまじないが

「自分と関わる全ての人を幸せにする」と心に決めることなのです。

人は、心の片隅で考えていることがなんとなく伝わってしまうものです。

それがここで言うオーラです。

とくに「応援をお願いします」という立場では、

「自分が幸せになるように応援してください」とお願いしているようなものです。

もちろん、自分が幸せになりたいのは間違いないのですが、かかわってくださる方々も幸せにしていきたいという思いが同時にあれば、「応援する価値がある人」として相手の目に映ります。

そうすると応援されやすい人になります。

ですから、小さなオーラでいいので「他人の幸せを願っている」ということを、自分自身にも刻み込まないといけません。

つまり「自分だけの幸せ」というものは、この世には存在しないのですね。

・応援されるためにはウソをつきましょう！

ウソをつくことはいいことです。

応援される人になるためには、たくさんの「ウソ」をつきましょう。

もちろん相手を陥れる、人を欺くウソはいけません。

またリップサービスのようなウソのことでもありません。

応援さえる人になるための「ウソ」とは、

相手に気を配った「思いやりのウソ」でなければなりません。

つまり、「自分の徳のためでなく、相手の徳のためにつきましょう！」

ということです。

しかし、この「思いやりのウソ」というのは、ウソの内容はもとより、ウソをつくタイミングもとても重要です。

相手に気づかれないように、いいタイミングで上手につかなければ意味がありません。

応援される人になるためのテクニックとしては上級編です。

たとえば、お客様が女性であなたが男性だったとします。

お話の途中で相手の女性のおなかが「ぐう～」となってしまいました。

それに気が付いたあなたは「すみません、朝から何も食べていないもので・・・」

と、あたかも自分のお腹が鳴ったかのように先に謝ってあげるのです。もちろん、明らかに相手のお腹が鳴っているとお互いに分かった場合には通用しませんが、空腹時の「ぐう〜」は、自分のお腹がなっているのか、他人のお腹が鳴っているのか区別つかないことがよくあります。

そんなときに、相手に恥をかかせないように配慮してあげるのです。あなたがそういった後に、「今の私のお腹ですよ」と言われても、笑い話になって「いやーてっきり僕なのかと・・・あはは、じゃ何か一緒に食べますか」と、結果オーライになります。おそらくこの女性は、その和やかなエピソードの中で、自然にあなたの応援団になってくれることでしょう。このように相手を思いやったウソをつけるようになると、応援団づくりに拍車がかかります。

また、逆に相手があなたを応援するためにウソをついてくれることがあります。でもそのときにあなたは、それが「自分への応援のメッセージだ」と気が付かないといけません。実例をご紹介します。ある健康食品の営業マンがいました。その営業マンは知り合いのある会社の社長さんにこの健康食品のお客様になってもらおうとセールスに行ったのです。社長は快く買ってくださいました。そして、1カ月後リピートして下さって「お蔭で調子がいいよ」と言ってくださいました。ところが、この社長は、医者から言われて健康食品をのんではいけない体だったのです。ですから、その商品も飲まずに、奥様にあげていたのでした。その奥様は「おかげで調子がいい」と言っていたので、あたかも自分が飲んで調子がいいかのように言ってくださいしていたのでした。

これは、営業マンのためにつけてくださった善意のウソです。こんな「思いやりのウソ」は感動的です。こんな「思いやりのウソ」をいっぱいつけてください。もし、この社長が正直に「私は健康食品を飲んではいけない体なのだ」と話をしたらどうでしょう？この営業マンも「それならば仕方がない」とあきらめることでしょう。ところがこの社長は、応援してあげたいと思っていました。だからといって付き合いで購入しても、恩着せがましいし、逆に傷つくかもしれないと思ったのです。

だからあえてウソをついて、飲んでいふりをしてくれたのです。

このように、深い考えと配慮を持って接してくださる方が時々いらっしゃいます。このご厚意に気がつかず、額面通りに何でも受け取っていると、あなたは浅い人になってしまいます。深い考えの人に応援されるには、すくなくとも「自分も配慮のある深い人になろう」と目指さないといけないのです。

・「甘えない」と心に決める。

「甘えること」と「厚意を受け取ること」とは全く違います。甘えることは、自ら努力をせず、遠慮もプライドもなく、相手のしてくれることを期待しているだけの他力本願な状態を指します。それに対して、厚意を受け取ることとは、日頃から努力を惜しまず、相手のしてくれる親切を無駄にしないように気を配り、感謝して受け取れることを指します。この2つは、本質的に全く違います。もちろん、人によっては「どちらも結果的に同じようなものだ」と思われるかもしれませんが、「怠け心」の有無で分けて考えてみると明らかになります。応援されるかどうかという観点でみると両者の違いは歴然です。「天は自ら助くる者を助く」と言います。神様は、自らががんばっている人にこそ援助の手を差し伸べるという事です。

応援されるという事は、確かに他社から援助してもらうことなのですが、自助努力をしないで援助をあてにしているような人を、人は応援したくはなりません。ですから、応援される人になるためには「甘えない」と心に決めなければなりません。「甘えない」と心に決めている人は、凜としています。人は凜とした人を応援したくなります。厳しくても立ち向かおうとする姿勢が見えるからです。だからといって、凜としすぎて片意地を張っているのも、よくありません。凜とする一方で行為をありがたく受け取る心の準備もしましょう。

「甘えの精神」をもったまま応援をお願いすると、相手の方からは「利用されている」と思われてしまいます。そんな人は「質の低い人」として目に映り、「応援する価値のない人」としての烙印をおされます。一度この烙印を押されると、信用を回復するのは、不可能に近いといってしまうでしょう。そうならないためにも、応援をお願いする面談前には、まず「甘えない」と声に出してみたらいいでしょう。

・ワンランク上の自分でいるクセをつける。

今の立場より、ワンランク上の立場にいるクセをつけてください。
係長なら課長の振る舞いを、課長ならば次長の振る舞いを、
次長ならば部長の振る舞いをするように心がけるのです。
もちろん、この行動には社内のルールなどがあって実行できることとできないことがあります、
気持ちが一ランク上にいるかどうかであなたの成長度合いに大きく差が出てきますので、ぜひ心がけてください。

また、社内の立場だけでなく、将来独立したいと考えている営業マンであれば、
常に起業家のつもりでいてください。

きっと見えてくるものが違います。

たとえば、給与明細にある「社会保険料ってどうやって決まるのか？」

「源泉徴収税ってどう計算するか？」をご存知ですか？

この程度のことは、経営者ならだれでも知っている知識です。

ところが、サラリーマンをしていると「どうやって税金を計算するか？」

なんて気にも留めていないものです。

でも、あなたが将来独立したいのであれば、

独立後の自分をイメージしながら仕事するする必要があるのです。

そうすると問題意識も変わってくるのが自覚できるはずです。

問題意識を変えたら、つぎはそれを「習慣化する」ということです。

人間は習慣の動物です。

つねに振る舞っていることが習慣化されて、

あたかも本当にその立場であるかのような能力が備わってきます。

そこに成長のコツがあるのです。

ワンランク上の姿は、初めはなかなか板につきません。

ですが、毎日の積み重ねで必ず習慣化されます。

すると自他ともに認めるワンランク上の存在になることができるのです。

この「ワンランク上の自分である」ことには、もうひとつ大事な要素があります。

それは、ワンランク上の自分にチャレンジしている姿を周囲が見ることで、

たくさんの応援が集まってくるという事です。

純粋にまっすぐな気持ちでチャレンジしている姿は、人々にまぶしく映ります。

そのまぶしさは、あなたの目的が「純粋な気持ち」であればあるほど、

応援を集める求心力に変わってきます。

ですから、「ちょっと無理かな」と思ってしまうようなワンランク上の目線にも、

信念を持って積極的にチャレンジしてみてください。

そして、そのまぶしさを振りまいてください。

きっと応援の声が大きくなることでしょう。

・「迷惑をかけないようにしよう」ということをやめる

人には、どんどん迷惑をかけましょう。

「人様に迷惑をかけてはいけません」と教育を受けた方が多いと思います。

これからは、その言いつけを破ってください。

「迷惑をかけないようにしよう」ということをやめてください。

どんどん迷惑をかけましょう。

そして、その10倍の恩返しをしましょう。

さて、なぜ「迷惑をかけないようにしよう」ということをやめるのでしょうか？

それは、「迷惑をかけないようにしよう」とすると、何事にも萎縮してしまうからです。

すると能力が十分に発揮されません。

応援団形成型セールスは、ビジネスでは「大胆な発想」と「緻密な計算」そして

「丁寧な行動」が必要です。

その大胆な発想をすることの妨げになるのが、「迷惑をかけないようにしよう」という萎縮した考えです。

どうせ考えるならば「迷惑をかけないようにしよう」という消極的な考えでなく

「幸せにしよう」という積極的な考えでいるべきです。

人は誰でも、多かれ少なかれ人に迷惑をかけているのです。

もちろん中には、本当に人に迷惑をかけずに生きたほうが良いという人もいますが、

ビジネスの世界にいる人は、人との接触が多い分、

迷惑をかけている可能性が高いものです。

あなたがいることで、多くの人に迷惑をかけることでしょう。

ですが、その分多くの幸せを返すという気持ちでいれば良いのです。

「かけた迷惑の10倍の恩返しをする」という積極的な姿勢でいることが重要です。

そのような人の態度は、見ていても気持ちが良いものです。

その気持ちより積極的な姿勢に応援団が集まります。

逆に「あれをやるとこの人に迷惑がかかる」「これをやるとあの人になんて思われるかわからない」という発想で何もしない人を、応援しようと思う人はいません。

・雨の日は、営業日和。

雨の日は、応援される「新成人外交員」にとって最高の営業日和です。

一般的に雨の日に営業することは、あまり効率的でないと思われています。

確かに、「契約」という観点でみると、雨の日は心理的にマイナス傾向になり契約率が低いと言われています。

ですが、「応援」という観点で言うところこれほどいい日はありません。

なぜなら、

雨の日は、外出率が低くなるので、

相手との面談時間が長くとれる可能性が高くなります。
お客様も何となく仕事モードでないことが多いので打ち解けるチャンスです。
何よりも「こんな雨の中すみませんね」とか「雨の中ご苦労さま」などと
ねぎらいの言葉をたくさんかけてもらえます。
だから雨の日は、どんどん営業に出るべきです。
雨の日なので面談時間が長くなりがちですが、そこを上手く調整しながら、
雨の日面談数の新記録に挑戦してください。
どれだけの数を回れたかが勝負になります。
できるだけ多くの人に、頑張っている姿を見てもらうのです。
ただし、雨の日の営業では、いくつかの注意点がります。
考えると当たり前のことばかりなのですが、改めて書いておきます。
車での営業の場合、街中の交通量が増えますので、
移動時間を計算してアポイントを入れる必要があります。
ここで「雨だから」という理由で遅刻をすると、
せっかくの行動が逆効果になってしまいます。

また、雨でカバンや服が濡れますので、
お客様と面談する前に拭いておく気配りが必要です。
いくら雨だからといっても、ずぶ濡れではイメージがよくありません。
とくに個人宅に訪問する場合は、濡れた身体で入ることはご法度です。
レインコートや羽織るなど雨の日対策を万全にしておきましょう。
タオルを1枚余分に持って、きちんと拭いてお客様の前に現れると、
あなたの心配りに相手は大変好印象を持ってもらえます。
できれば紺や黒などの濡れた部分が目立たない服装をおすすめします。
このように雨の日は、気配り次第で応援されるチャンスがいっぱいあるのです。

・人が見ていないところで「陰の努力」をする。

ある新聞配達員の実話です。
この配達員は、新聞をポストに入れる際に「おはようございます、〇〇新聞です」
と小さな声で呟きながら配っていました。
新聞が配られる時間帯は、寝ている人がほとんどですし、仮に起きていたとしても家
の中にいる人にこの挨拶の声が聞こえるわけがないのです。
それにもかかわらず、その配達員は、毎朝「おはようございます、〇〇新聞です」とあ
いさつをしながら一軒一軒配っていたのです。

この挨拶には、いろいろな深い意味が込められていると思います。
「いつも〇〇新聞を読んでいただいておりますありがとうございます」
「おはようございます。今日もいい朝を迎えられることをお祈りしています」
といったメッセージが伝わってきます。

そしてこの挨拶を、ある朝たまたま聞いてしまったお客様がいました。そのお客様は配達員の姿に感動しました。もちろんこの配達員が変わるまで、その新聞を変えることはなかったというのは言うまでもありません。このように誰も知らないところでやっている「陰の努力」には、2つの大きな効果があります。

ひとつは、自分自身に対する決意を強固にするというものです。人が見ていない、誰も知らないところでやっている努力なわけですから、その行為自体には何の評価もなく、結果を出すしか認められることはありません。すると、必ず結果を出す！という強い決意が育まれます。この決意は「あきらめない」という決意になります。失敗は、あきらめた瞬間に訪れます。逆にあきらめないということは、必ず成功に向かうのです。さらに、もう一つの効果として「陰の努力」がたまたま他人の目に留まった瞬間には、感動とともに根強い応援が得られます。

もちろん、応援してもらうためのテクニックとして「陰の努力」をちらつかせることは問題外です。心の底から自分自身のため、そしてお客様のために純粋な動機によって努力はなされなければなりません。絶対に見つからないように陰でやってください。たとえ「陰の努力」が応援団に見られなくても、人は感じるものです。そういう態度は、普段の行動に現れ、応援団は自然にそういう「進撃な姿勢」を察知します。その姿勢を察知した人は、必ず応援してくれます。そういう意味で、真の応援団を作り上げるためには「陰の努力」は必要不可欠なのです。

・ 応援団には感謝の気持ちを積極的に表す。

応援団の中でも、特にお世話になっている応援団に対しては「気の利いたプレゼント」で感謝の気持ちを表してください。この「気の利いたプレゼント」は、お歳暮やお中元のように一斉に贈るものではなく、応援団一人一人のために個別に用意し、それぞれのベストなタイミング（誕生日とか記念日など）で送るものの方がいいでしょう。「気の利いたプレゼント」を贈るためには、相手の好みや喜ぶだろうと思われる品物を具体的にリサーチしておく必要があります。そして、その内容をプレゼントリストにしておきます。リストには、「商品名」「大まかな金額」や、服や靴などサイズが必要なものでしたら

「サイズ」もそれとなく聞き出して書いておきましょう。

次に大事なことは、「いつ贈るのか」というタイミングです。

とくに誕生日や結婚記念日に贈る場合などは、当日を過ぎてはいけません。

当日渡せない場合でも、少なくとも前日までにお渡ししましょう。

そのほか、相手の方が何か成果を出されたとき、逆に落ち込んでいるとき、そうした節目節目のタイミングに贈り物をするようにしてください。

「気の利いたプレゼント」は、高価なものを贈る必要はありません。

高価なものは、相手にも負担になってしまいます。

安くてもまさに「気の利いた」モノを贈るのです。

「なんだ～そんなことか～」と思われるかもしれませんが、そんな簡単なことですら、実行している人はほとんどいません。

つまらないことでも、

実行するかどうかであなたの置かれている環境が大きく変わってきます。

「気の利いたプレゼント」は「百識は一業にしかず」、百の知識があっても一つの行動にはかなわない、ということです。

最近はいろいろと便利になった半面、「血の通った温かみのあるもの」が少なくなりました。

年賀状、挨拶状、お中元、お歳暮なども、

どこか温かみに欠けたありきたりのモノになってしまいがちです。

そういう時代だからこそ、少しだけ受け取る側の気持ちを考えたプレゼントで

「感謝の気持ち」を伝えましょう。

応援される人になるためには、

人と同じように「形式的な贈り物」をしていてはダメです。

少しでも印象に残るような工夫を考え、実行してください。

・オンリーワン性を身につける。

オンリーワン性を持つと、応援団があなたを人に紹介しやすくなります。

「〇〇さんは、△△の分野では相当のやり手らしい」「△△のことなら、まず〇〇さんに聞いてみたらいいよ」などと、すぐ話題にのぼります。

それから、もう一つのメリットは「人の役に立つことができるようになる」ということです。

どういうことか説明しましょう。

あなたが自分自身に、オンリーワン性を見つけることができるようになると、他人のオンリーワン性にもよく気がつくようになります。

相手のオンリーワン性を持つてあげられた時に、

それをちょっとした会話で伝えてあげてください。

そうすると相手は本当に喜んでくれます。

たとえば「あなたは自分では気がついてないかもしれないけど、
〇〇のちからは本当に凄いよ。
〇〇に関しては、私が今まで見た人の中であなたが一番だよ」という
感じで教えてあげるのです。
この言葉は、どんなほめ言葉よりも嬉しい言葉になります。
この喜びは、いろいろなところに伝わることでしょう。
あなたが元になった「幸せ病」が電線していくのです。

多くの人が個性を見失っているといわれている現在、「オンリーワンをみつけよう」と
様々な所で叫ばれています。SMAPの「世界に一つだけの花」が大ヒットしました。
この歌も「オンリーワン性」がテーマになった曲です。
誰もがわかっているけど、誰もが欲しいけど、自分の中になかなか見つけることがで
きない。それが「オンリーワン性」なのです。
あなた自身が自分の中に「オンリーワン性」を探してみてください。
そして、あなたと関わるすべての人のオンリーワン性を見つけ出してあげてください。

・オンリーワン性の探し方。

「オンリーワン性を見つけてください」と言うと
「誰にも負けない分野を探さなくちゃ」と気負ってしまいがちです。
すると「そんな誰にも負けない部分なんてないよ」とあきらめたくなくなってしまいます。
でもそんな心配はいりません。
オンリーワン性は、今現在のあなた自身が探せばいいのです。
必ず見つかります。
簡単な方法をお教えしますので紙に書いてやってみてください。
1、「大好きなこと」「得意なこと」「経験したことがある分野で人からほめられたこと」
をそれぞれ思い出すだけ書き出してみてください。
2、それぞれの分野2つ以上にまたがる共通項目があれば
赤ペンで○をつけてください。
3、○をつけた事柄をできるだけ細かく描写してください。
はい、できあがり！

ある人の実例をあげます。
大好きなこと：甘いものを食べる。人と接する。完成度の高い資料を作る。
得意なこと：エクセルを使った表計算。お金にまつわること。人に勇気を与えること。
やったことがある分野でほめられたこと：相手の気持ちを分かってあげられる。
共通項目：人に関わること。分析した結果は完成度が高い。
人が幸せになる勇気。
できるだけ細かく描写すると・・・

「相手を理解してあげることで本当のニーズがわかる。そして、分析した結果の答えを的確に出してあげることによって人に勇気を与える力が私のオンリーワン性だ」となるわけです。

一見、よくわからないかもしれませんが、自分の中で発見する過程では、それでいいのです。

次にその書き出した内容を人に伝わりやすい一文にしてみてください。

それがあなたのオンリーワン性です。

例を一文に直すと「ニーズを勇気に変える能力がある人！」となります。

いかがでしょうか？

このオンリーワン性の探し方は、やっているうちにどんどん上達します。

様々な出会いの中で、相手の「オンリーワン探し」をぜひやってみてください。

オンリーワン性を自覚すると、確固たる自信を得ることができます。

この地震は、セルフイメージの向上に役に立ち、オンリーワン性にさらに磨きをかけます。

その結果、いつの間にか本当に自他共に認めるオンリーワンになってしまうのです。

・言いにくいことを平気で言えるようになる。

応援される人になるためには、言いにくいことを平気で言えるようになりましょう。

「言ってはいけないこと」と「言いにくいこと」は別です。

大抵の人は、「言ってはいけないこと」と「言いにくいこと」を混同して扱っているようです。

自分の思い込みや偏見を「言ってはいけないこと」という位置づけにしているだけで、客観的にみると「言ってはいけないことではない」ということが多々あります。

たとえば、「離婚した」「受験に落ちた」とか「会社をクビになった」などの失敗は、本人の前で言ってはいけないことのように思われがちですが、それは『失敗は恥ずかしいこと』という偏見がそう思い込ませているだけではないでしょうか？

確かに本人を目の前に「言いにくいこと」ではあると思いますが、本当の意味では「言ってはいけないこと」ではないのです。

そのような場合には、「その失敗がいかに軽いことなのか」または「その失敗から学ぶべき多くのこと」を焦点話せばいいのです。

ここであなたが話す内容にこまったり、「言ってはいけないこと」のように扱ったりすることは、「偏見がある」と言う一種の差別を宣言しているようなものです。

応援されるようになる人は、それではいけません。

周りにいる人もあなたのその価値観を見ています。

それよりも、一瞬耳を疑うような、とても言いにくいことでも平気で言いましょう。

そして、そのことにあなたが広く正しい価値観で判断しているということを伝えましょう。

ポイントは「私は、そのようなことで人間の価値が決まるとは思っていません」と言うことです。

そうすると、相手はあなたを「素晴らしい価値観の持ち主」または「人を誤解しない人だ」と思ってくれるようになることでしょう。

そう思ってくれた人は、常にあなたの味方でいてくれます。

また、言いにくいことを自分から言ってくれる人と出会うことがあります。

そういうときもあなたの価値観を問われる時ですから、

考え終わっておく必要があります。

たとえば「私はH I Vに感染しています」「若いころ少年院に入っていた」など、あまり人に話さないようなことをいう人と出会った時、

あなたはどのように対応しますか？

その場で困らないようにきちんと価値観を定めておいてください。

誤解しないでください。

ここでは例の内容の「良い、悪い」を言っているのではありません。

あなたが価値観を決めておくことが大事だと申し上げているのです。

・拒絶の本質をつかむ。

ビジネスに携わっていると、さまざまな「拒絶」を体験します。

この拒絶には、大きく分けて「2つの理由」があります。

1つ目は、「売る側の原因による理由」。

2つ目は、「買う側の理由」です。

この2つを混同してしまうと、何を対策として考えたらいいのかわからなくなります。

「商品が悪いのか？」「値段が高いのか？」「自分の説明が悪いのか？」と、勝手に「売る側の原因」と決めつけて反省するのはやめましょう。

精神的にもダメージを受けてしまいます。

そんな不必要なダメージを受けることはありません。

知識がない「新成人外交員」は時として、この「拒絶」がセールス恐怖症の原因の一つにもなってしまふことがありますので冷静な分析が必要です。

「応援をお願いしたとき」に拒絶されることは、ほとんどありません。

「人を紹介して欲しい」と言う段階になって初めて拒絶されることがありますが、実は、それもほとんどありません。

もちろん、しばらく時間が経っても誰も紹介してくれない、ということはありません。

でもこれは、決して「応援を拒絶しているわけではない」のです。

この事実は、とても重要なことです。

「新成人外交員」にとって、一度拒絶されたお客様と関係を継続するのは難しいことです。

ですから、「応援をお願いする」という「拒絶のない状態」によって、

関係を壊さないで徐々に信頼関係を築いていくことが大切なのです。
応援をお願いする側面的メリットはそこにあります。

それでも、こちらがセールスしているわけではないのに「異常な拒絶反応」を示すお客様が時々います。

これは、ちょっとたちが悪いケースです。

こちらの原因で拒絶されているわけではなく、相手の理由による拒絶なのですが、相手は、とにかくこちらを攻めるような言葉を言って拒絶します。

その言葉がもっともらしいので、精神的なダメージを受けそうになりますが、その言葉を真に受けてはいけません。

あなたに反省する理由はありません。

相手が過剰反応しているだけなのです。

現代の日本は、ストレス社会のためこの「異常な拒絶反応」をする人が増えています。

それは、精神的に問題がある人ではありません。

一流の大学を出て、一流企業に勤めて、しかも出世コースに乗った一見安泰に見える人でも冷静な判断ができず、突然異常な拒絶を起こすことがあるのです。

そういうときは、深追いするのをやめましょう。

もし、目の前で拒絶された時は、その本質をつかむように心がけてください。

無駄なダメージから解放されてください。

それが幸せな「新成人外交員」になる近道です。

・「何かを先に渡そう」と心がける。

ちょっとした心理テストです。

あなたはキャッチボールをしています。

「ボールを先に投げてから、つかまえていますか？」

それとも「先につかまえてから投げていますか？」

前者を選んだ人は、何でも先に与えようという奉仕の精神が備わっている人です。

後者を選んだ人は、つねに何かを待っていようと考えている人です。

さて、応援される人になるためには、どちらがいいと思いますか？

もうお分かりですね。もちろん前者の精神です。

応援される「新成人外交員」になるためには、

つねに何かを先に渡そう」と心がけましょう。

「新成人外交員」という立場では、とにかく「契約を取るぞ！」という狩人精神になりがちです。

しかしそれではなかなか応援団はみつきりません。

なぜなら「何かを先に渡そうとしている人」と「取ろうとしている人」では、明らかに態度が違うからです。

人は、「取ろうとしている人」には、警戒心を抱くものです。
逆に「先に渡そうという姿勢」がうかがえる人には、安心感を抱き心を開きます。
そのことが、「この人なら！」と思うきっかけになります。

応援される人になるには「この人なら！」と思われなければはじまりません。

では、何を渡したらいいのでしょうか？

一番いいのは「情報」です。

情報と聞くと、ビジネス的な要素を思い浮かべてしまいますが、
それだけでなくても大丈夫です。

「あそこのあのケーキがおいしい」とか「〇〇と言う本は、子どもの教育に参考になることがいっぱいあったよ」というようなちょっとした

「ロコミ情報」でもいいのです。

渡せる情報が何もない場合には、「元気や勇気」といった気持ちでもいいのです。

あなたのキャラクターが「癒し系」なら、その独自の雰囲気そのものが

「先に渡すもの」となるでしょう。

現代の社会は、ストレスがたまりやすい環境です。

「あなたの笑顔は癒されるね～」と言われるような笑顔は、最高の奉仕と言えます。

また、「認めてあげる」ということも「渡す精神」のひとつです。

人は常に誰かに認めてもらいたいと思っています。

承認の欲求です。

その「価値ある何か」をあなたが見つけて、教えてあげるのです。

「あなたの伝票の書き方はいつも完璧だね」とか、「いつもすがすがしい笑顔で挨拶してくれますね」とか、「〇〇さんのスーツって、いつもシワがないですよ」という小さなことでいいのです。

もちろん、明らかに「お世辞」とわかる賛辞は逆効果です。

本当の「凄い！」をみつけてあげましょう。

大切なことは、応援される人になるためには、取るぞ！奪うぞ！という

「狩人精神」をやめて「渡す精神」にならなければならないということです。

第4章 応援団の作り方

・最初の応援団は、できるだけ少なく！

ここまでで応援される人になるためのパーソナル・ブランディングのイメージはつかめましたでしょうか？

応援団は、自分のパーソナル・ブランディングイメージを作りながら
同時並行で作っていくものです。

応援団を作りながら、応援される人になるよう、自分に磨きをかけてください。

この章では、パーソナル・ブランディングのイメージが湧いたあなたが、具体的なこうどうとしてどのような手順で応援団を作っていたらいいのかを解説します。この手順にならって実行すれば、必ず応援団ができます。ただし、最初から成功する人はいません。じっくりと自分自身と向き合って、トライ&エラーで諦めず活動してください。

実践としてやって頂きたいことは「新成人外交員」として、自分を認知してもらう活動すること。

① 応援団の作り方→全体イメージ

まず、応援団の広がり、全体像ですが、これはピラミッドの形をイメージしてください。ピラミッドの頂点にあなたを置きます。

1段目に当たる、自分に一番近い応援団の人数は「少ないほうがいい」ということを覚えておいてください。

その数少ない人数からどんどん紹介で広がることをイメージするのです。

極端ですが、1段目の応援団の人数は一人でも十分です。

「最初の応援団をできるだけ少なくすること」これが一つのポイントです。

ここでは、わかりやすいように1人からスタートするやり方について説明します。

あなたの知り合いAさんにまず応援団になっていただき、知人を紹介してもらいます。

その際にできれば3人ぐらい紹介してもらえればベストですね

その3人は、2段目の応援団という位置づけになります。

そして、その3人から最低一人は紹介をもらい、どんどん広げるのです。

単純にこれだけの作業です。

このときに全体の目標とする人数は、最大で150人です。

150人必要なのではなく、

応援団の組織人数としては「150人が限界」という意味です。

この150人という人数は、人間の能力に関係する科学的根拠のなる数字です。

アマゾンの奥地で先住民の研究をしていくと、

驚くことに150人以上の村がないそうです。

150人を超えると必ず分裂してしまうのです。

つまり人間は、1人を頂点、

また中心として150人以上の組織を作ることは難しいということです。

このデータの信憑性（イギリスの人類学者ロビン・ダンバーの研究発表による）はとても高く、アメリカをはじめ、多くの企業の組織構成に用いられています。

さて、1人からスタートして10人でも20人でも応援団ができれば、この方々を3つのグループに分けます。

- プラチナグループ・・・紹介を3人以上してくれた方。
- ゴールドグループ・・・紹介を1人以上してくれた方。
- シルバーグループ・・・紹介がまだ発生していないけど、応援を了承してくれた方。

ここで言う「紹介」とは、「応援団になりそうな人脈の紹介」または「お客様の紹介」どちらでも結構です。

いずれにしても、あなたに対して好意的な行動を起こしてくださった方のグループわけです。

このグループ分けは、もちろん相手にお伝えする必要はありません。

自分の中だけでわかるようにしておいてください。

ここでできた応援団に対して、様々な情報を「ニューズレター」や「メルマガ」で提供し、「見込み客を探すこと」に協力してもらうのが、この仕組みの全体イメージです。

あなたのキャラクターが本当に応援団から愛され、この応援団のご紹介が本当に機能し始めたときに、あなたの前には、見込み客の行列ができることでしょう。

そのときは、1人で業務をこなすことができなくなります。

手伝ってくれるスタッフも応援団の知り合いから募集するのもいいでしょう。

さあ、一緒に嬉しい悲鳴をあげようではありませんか！

② リストアップ→赤ペン末梢からはじめよう

まず、はじめにやることは「リアストアップ」です。

具体的には、あなたが今までの人生の中で知り合ってきた人たちを全員紙に書き出します。

知人、友人、お客様、親戚などです。

人生で何らかの出会いを持つ人が2~3万人ぐらいたそうです。

そのうち、親しい会話をする人が300人とされています。

ですから、目安として300人を目指してください。

もちろん、名刺を見て顔も思い出せないような人は除外してください。

次にやる作業が「赤ペン末梢」です。

リアストアップした中で、応援してほしいくない人を赤ペンで抹消していきます。

たとえば、お金持ちで人脈が多い人であっても、「嫌いな人」「付き合いたくない価値観の人」「応援してほしいくない人」は、すべて赤ペンで抹消してください。

営業マンは「モノを売る」という仕事の性質上、とにかく「人脈やお金のある人」を大切

にする傾向を強く持っています。

「好き・嫌い」という感情の問題ではなくて、「買うか買わないか」という視点で人を見てしまいます。しかしこれは間違いです。

応援団は、あなた自身を応援してくれる人であって、必ずしもお客様とは限りません。初期段階の応援団の方は、これから一生のお付き合いになっていく可能性の高い人ですから、あなたが嫌いな人を絶対に入れてはいけません。

あなたの魂を曲げてまで嫌いな人は、最初の段階でリストから、「抹消する」必要があるのです。

そして、その作業自体が、残りの「応援してほしい人」を大切にすることに繋がっていくのです。

とくに、応援団組織を形成していく上で、最初の1段階目という重要なポジションの応援団を選抜するこの初期、「赤ペン末梢」の作業はとても重要です。

この「応援してほしい人のリストアップ=赤ペン末梢」は必ず実行してください。

次に、本当に応援してほしい人をリストアップします。

赤ペン末梢して残ったリストから応援してほしい人をリストアップします。

赤ペン末梢の作業後だと応援してほしい人がより明確になるはずですが。

脳が対象となる人のイメージをより鮮明にしてくれているからです。

ここでの目安は100人です。

100人に満たなければ、それは構いません。

できるだけ多くリストアップしてください。

ここで注意していただきたいのは、この作業は「応援団になってほしい人のリストアップ」であって、見込み客のリストアップではありません。

見込み客のリストアップは個人向けの営業マンが通常やることですが、

この応援してほしい人のリストアップは根本的に大きく違います。

このリストの方々には、「応援をお願いするだけ」であって

「契約をお願いしない」ということです。

通常営業マンは、ここで直接セールスするつもりでリストアップし、実際リストアップした人にアプローチしてしまいます。

もちろん営業マンは「売ること」が仕事ですからこれは当たり前のことです。

しかし、それでは今までと何にも変わらず、せっかくの人脈を紙風船のように

「ペシャッ」とつぶす作業になってしまいます。

その結果、いつまでたっても人脈を生かせず、

見込み客探しに悩むことになってしまうのです。

このときに一度壊れた人脈は二度と戻りません。

こうした行為は本当に「愚かな行為」なのです。

また、「100人リストアップ」の本来の目的は、

「イメージを膨らませるためのもの」です。
もしあなたが、簡単に100人をリストアップできたとすると、
その100人のリストを作っていく過程で、ひとりの人間の後ろに控えている
「人脈」の多さに改めて気づくことでしょう。
その100人1人ひとりの「人脈数」を考えると、何千人、何万人という有機的につな
がる人脈のすごさに胸が躍ってくるはずです。

また、この作業を通して、
あなたは「人脈を思い出す方法」を自然に習慣することになります。
たとえば「床屋さん」とか、「取引銀行の担当者」・・・というような
「思い出すきっかけとなるキーワード」を思い浮かべることができることを学ぶのです。
その体験が応援団との会話で役に立ちます。

実際に応援団から「どんな人を紹介すればいいの？」という質問をされたときに、
「取引銀行の担当者で〇〇な人はいませんか？」と
具体的に指定できるようになるからです。
そうすると、応援団も思い浮かべやすくなります。
また、「取引銀行にはいないけど、生命保険の担当者ならいるかもしれない」
と答えてくれるかもしれません。
逆に、この作業を自らやっていない人は、
なかなか応援団にイメージを伝えられなくなります。
ですから、馬鹿にしないで、一つひとつ丁寧にやってみてください。

また、この何千何万人という無限大マーケットのイメージもった
「新成人外交員」は、成約率にも大きな違いがでます。
なぜならば、イメージを持てなかった「新成人外交員」は、
1件1件に対して危機感をもって接してしまうからです。
そして、その場で売れなければ後がないと思っているので「売らなければ」と、
一生懸命クロージングを試してしまいます。
その焦りがお客様にも伝わり「NO」を誘発してしまうのです。

一方、無限大のイメージを持った「新成人外交員」は、
焦りがなくゆったりとした気持ちで接することができます。
その雰囲気にお客様も安心して、冷静に話を聞くことができます。
その結果「YES」を引き寄せ、成約できてしまうのです。

リストアップのまとめ

- ◎顔と名前が一致する知り合いを300人以上リストアップする。
- ◎応援してほしい人を赤ペンで抹消する。
- ◎残ったリストから応援してほしい人を100名リストアップする。

③ 工夫したツールを作る

「この人、この人」「と言われるために
応援をお願いするためには、あなたが「どのような人物なのか」を
初めて会う人には伝えなければなりません。
ですから、名刺意外に簡単な「プロフィールシート」を作りましょう。
このプロフィールシートは、応援団が人に紹介するときにも役に立ちます。
このプロフィールシートは、経歴だけでなく、顔写真やプライベート情報を載せて
「あなたの人となり」が伝わりやすいようにします。

たとえば「子どもが何人いるのか」「出身地はどこか」
「学生時代にやっていたスポーツは何か」などです。
また、「あなたがどうしてこの商品を扱っているのか」そして、「将来的な夢」などの
「熱いメッセージ」を書いておくといいでしょう。
これによって、あなたが語った「熱い思い」などもしっかり覚えてもらうことができます。

このプロフィールシートによって、あなたを初めて知る方も、きっと親近感がわいて
好感を持ってくれます。
お見合い写真のようなものですね。
もう名刺だけで「このひとだよ」と紹介する時代はとっくに終わっています。
高感度のいい手作りのプロフィールシートを作って、応援団の方が、あなたがいない
ところで「この人、このひと」と、あなたについて話しているところを想像してみてください。

プロフィール項目

顔写真

〇〇のプロフィール

生年月日

住まい

生まれ育ち

出身校

血液型

座右の銘

家族構成

一言

この仕事（「新成人外交員」）についたきっかけと理由

資格

趣味

特技

性格

愛読書

最近の感動

もし無人島に「一つだけ」もっていくとしたら

生まれ変わるとしたら

将来の夢

人生最高の思い出

連絡先

メールアドレス

など自分だけのプロフィールを作成しましょう。

④ 1分間トークを作っておく

米国式エレベーターテストをクリアする

アメリカのコンサルティング会社では、新人コンサルタントに対して

「エレベーターテスト」というものがあります。

これは、エレベーターにお客様と一緒に乗ったことを想定して、短時間（約1分間）に「自分が何者で、何をしようとしている人間なのか」ということをアピールするテストです。

「短時間で事柄を伝える訓練」ですね。

とかく人は長く説明しがります。

長く説明しないと相手に伝わったか不安になるからです。

もちろん長い説明は、多くの情報量を含みます。

しかし、たとえそうであっても、相手はそこまでは聞きません。

ほとんど「第1印象」で判断してしまっているものなのです。

ですから「人に何かを伝えるとき」は、

いかに要点を短く話せるかということがポイントになるのです。

あなたが応援をお願いするトークも同じです。

一分以内で短く伝えられるようにしましょう。

それ以上長く話をしても、「あなたに対する印象」は変わりません。

逆に話が長いと、「一体、要点はなんだ？」という不快感さえ持たれてしまいます。

1分以内に自分の伝えたい事柄をまとめておきましょう。

そのためには、あらかじめトークの内容を吟味し、用意しておく必要があります。

ポイントは、「なぜ→なるほど」という順序です。

初めて会った人というのは、あなたに対して

「なぜ？」という単純な疑問をたくさん持つものです。

その「なぜ」にこたえて「なるほど」と思ってもらえるようにしてください。

大抵の方が疑問に持つ「なぜ」の順序は以下の通りです。

- 1、「なぜ」その仕事を知ったのか？
- 2、「なぜ」その会社を選んだのか？
- 3、「なぜ」その商品がいいのか？
- 4、「なぜ」Aさん（紹介してくれた人）と知り合ったのか？ どういう関係か？
- 5、「なぜ、私に会いたいと思ったのか？」
- 6、「どんな人を紹介して欲しいのか？」

これらの「なぜ」に答えるようにトークを組み立てます。

この答えの中にあなたの「人生観が伝わる」ような、「目標」や「生き方」などもおりまぜながら自分をアピールできるとベストです。

そうすると、相手は「なるほど」とスムーズに聞いてくださいます。

そして、面談の時は、毎回、必ずそのトークで始めるようにします。

すると、相手の「反応パターン」も同時につかむことができるようになります。

逆に相手によって違うトークをしてしまうと伝わる内容が変わってしまいます。

すると相手の反応パターンもバラバラになってしまい混乱します。

ですから、ゆるぎない完璧なトークを作って、

後は、相手の反応を見るようにしましょう。

このことは、後で説明する「質問力」をアップさせることにも役立ちます。

【1分間のトークの例】セールス・コンサルタントとして

昔からセールスの仕事が好きだったのですが、根本的に自信がなかったのです。

ところが、今から5年前にある天才的な実業家と出会い、その方の元で修業をさせていただいたときに、100を超えるセールスノウハウ、マーケティングノウハウを学んだのです。

そのおかげで、自信がつくと同時に

思いもよらない大きな実績を残せるようになったのです。

そこで私と同じように悩んでいる方の「お役にたてば」と思いまして、

「セールス110番」の会社を立ち上げました。

ただ、私のポリシーとしては「ただお金持ちになりたいから」というひとではなく、きちんとポリシーを持った方で「セールスで伸び悩んでいる」

「人生の転機に来ていると感じる」「自分に自信をつけたいと思っている」

という方のお手伝いをしたいと思っていますのです。

ですから、本当に誠実な方との出会いを通して、いわゆる「血統証付きの人脈」から、そのような方と出会いたいと思っていますのです。

そのようないきさつでAさんからご紹介いただきまして、

今日はお会いさせていただきました。

Aさんともある方のご紹介でお会いしまして、応援して頂いているのです。もしよろしければ、私がやっている仕事を応援していただきたいのです。もちろん、無理なことをお願いするつもりはありません。まずは、私が毎月書いているメールマガジンがありますので、それを読んでいただいて、ピンとくる方がいたら、ご一報いただければ光栄です。ぜひ、よろしく願いいたします。

【1分間トークを作れない方へ】

1分間トークを上手く作れない方は、イメージトレーニングのひとつとして以下を想像してみてください。

あなたは、1人きりで海外で仕事をしなければならなくなりました。その国の言葉を話せる存在の日本人は、たった一人しかいません。その日本人があなたの唯一の知り合いです。つまり、あなたの人脈は、この国ではひとりしかいない状態です。その人の力を借りることでは、この国でビジネスを始めることはできません。あなたは、そのたったひとりの日本人に、まずどのように話しますか？

いかがでしょうか？

このときにあなたは、「あなただけが頼りだ。是非応援してほしい」という気持ちを伝えるのではないのでしょうか。

間違っても自分の商品の最初のお客さんにしようと売込みの営業トークをすることはしないのではないのでしょうか。応援団を作るときは、このイメージでお願いすることです。そうするとお願いするトークは限られてくるはずですよ。

Aさんだけが頼りだ。

Aさんの応援なしにはビジネスができない。

私は、この仕事を信念持ってやっている。

是非Aさんに応援してほしい。

というようなニュアンスをお伝えするのではないのでしょうか。

そして、実際に応援をお願いするときは、さらに以下のようなことを付け加えるといいでしょう。

応援していただいたことが、必ず世の中のためになることを約束します。

私は、知人の中でAさんの価値観が大好きなので、

数ある知人の中でAさんを選びました。（本当に選んでいることが前提）

Aさん感性が大好きなので（価値観が合うので）Aさんの直感でいいですから、

この人だったら私に紹介したいなという方がいたらぜひご紹介ください。
いかがですか？
このイメージを参考にご自分の1分間トークを作ってみてください。

⑤ はじめの一步→飛び込み営業を体験すべし

それでは、準備が整ったところで、さっそく行動してみましよう。
初めの第一歩は、ずばり「飛び込み営業」です。
あなたの扱っている商品を1件でいいので、販売（成約）してみてください。
やってみて、結果として成約できなくても結構です。
この「飛び込み営業」には「成約」以外に大切な目的があるのです。

それは「人から紹介されて人と出会うことが、「新成人外交員」にとって、どれだけた
すかることなのか」ということをあなたに身体で実感してもらうためなのです。

「人からの紹介のありがたみ」は、
飛び込み営業の大変さを知った人でないとわかりません。
その大変さを味わって、
初めて本当の「人とのつながりを大切にすゝる気持ち」が生まれてきます。
相手が本当はとてもいい人であっても、飛び込みの「新成人外交員」には
冷たくするものです。
もちろん中には、あなたの話に耳を傾けてくださる方がいるかもしれませんが、
それは相手とのタイミングが良かった場合です。

逆にいえば飛び込み営業で成約をすることは、あなたの実力に関係なく、
ほとんどタイミングだけの問題なのです。
この経験を踏まえて次のステップに行きましょう。

本番です。
まず、1人目の応援団を見つけます。
リストアップした100人の中から、「この人は！」と思う人を
一人だけ探してください。
そして、アポイントを取って会ってください。

⑥ アポイントの取り方→電話で伝える内容とは

基本的なことではありますが、アポイントの取り方を説明します。
電話を入れるときは、「会う」という目的のためだけに話すことが大事です。
できるだけ、話を短くしてください。
間違っても「応援してほしい」などと説明を始めてはいけません。

電話で伝えられることには限界があるのです。

では、どのように言うのか？

アポイントの段階では、「相談したいことがあるから会いたい」だけでいいのです。

このセリフだけでアポイントを入れることが難しいような相手には、

1人目の応援団のリストからはずれてもらいましょう。

あんたの人選ミスです。

というのは、この段階でアポイントが取れない方は、

あなたとあまり信頼関係がない方です。

信頼関係がある方なら様子を察してアポイントに応じてくれるはずなのです。

逆に言えば、そのような様子を察してアポイントに応じてくれる方に、

1人目の応援団になってもらいましょう。

時々相手から心配されて「なにがあったのだ？」とか「どうしたの？」と

聞かれることがあるかもしれません。

そのときは、「たいしたことではないのだけど、ちょっと相談にのってほしい」と

お伝えするのです。

相手と信頼関係があって、相手が心配して質問してきたときは「大したことではない」

= 「心配をかけるようなことではないから安心して」とお伝えするべきです。

そうでないと、相手は不要に心配してしまいます。

これらのことはメールでもまったく同様です。

文字だけで伝えられることにも限界がありますので要件の説明はせず、

アポイントを入れることを目的にしてください。

そして、アポイントの時に相手の心のブレーキをはずす一言があります。

それは、「もし、忙しいようだったら、今度の機会にするけど・・・」と

伝えることです。

このトークは、強引にアポイントを取るのではなく、

相手の了解を確実に取るための一言になります。

この一言があると相手はよほどのことでもない限り時間を作ってくれます。

当日のドタキャンは確実に少なくなるでしょう。

もし、それでもアポイントが取れない場合は、その方は諦めましょう。

仮にあなたが「応援の説明」をしても相手からは「断られる」だけです。

このときばかりは「次の人に行こう」と思うしかありません。

【アポイントで失敗するケース】

応援団作りに限らず、アポイントを入れるときのトークが悪くて

アポイントが取れないことがあります。

その代表的な例をあげます。

1、 あなたの下心が見え見えのとき

あなたが応援していただくという気持ちから離れ、
売る気満々になっているときにアポイントを入れると、
ほとんどの場合、相手に伝わってしまいます。
確かにあなたは、さりげなく電話しているつもりなのでしょうけれど、
声色や普段との様子の違いに相手は気がついて、
出来ればアポイントを避けたいと思い始めます。
この場合、あなたが「売る」という下心があるからいけないのです。
いいですか。
下心は禁物です。
相手に必ず伝わります。
仮に伝わらなかったとしても、面談当日のあなたの売ろうとするオーラに気がつき、
相手は会ったことを後悔するはずで

そうすると、二度とその方と会えなくなってしまいます。
せっかくの大切な人脈をつぶすことになってしまうのです。
そのような、人との関係を安易に無駄にしてしまう
「新成人外交員」から早く卒業してください。
今は心の時代です。
消費者も大変賢くなっていますし、人を見極める能力が高くなっています。
そのような中で人との関係を無駄にする「新成人外交員」は絶対に長続きしません。
相手の急な仕事でドタキャン、
子どもが熱を出してのドタキャンが合ったら要注意です。
あなたの下心が間違いなく相手に伝わっていると思っていいでしょう。

2、 相手が忙しい方なのに軽く考えてアポイントを入れているとき

これは、相手があなたを応援してあげようという気持ちはあるけれど、
自分の仕事が忙しいのであなたの相手をしてあげられないケースです。
これは相手の立場をきちんと見極めるべきです。
そして忙しい方ならアポイントを入れる段階で用件を伝えたほうがいいでしょう。
それでもアポイントが取れない方の場合は、あきらめてください。
ただし、このような忙しい方であっても、堂々とアポイントを取れる方法があります。
それは、相手にメリットがある場合です。
これは、応援団づくりの考え方とは、少し違ってきますが、
相手が忙しくて、あなたと会うメリットを感じてくれない場合には、
相手にメリットがあることを要件にするのです。

たとえば、相手が何かの商売をしている方でしたら、そのお客様になりそんな人を紹

介するとか、特別なイベントの招待券があるのでプレゼントするとか、その方のビジネスパートナーになりそうな人を紹介するなど、相手のメリットがある用件でアポイントを取るのです。優秀な「新成人外交員」は、日頃からこの技を身につけています。つねに相手のメリットのことだけを考えて行動しているのです。そのような日々の行動が認められて、相手もこちらのお願いを聞いてくれるようになります。これは、相手がどのような立場の方でも通用する方程式です。

⑦ 面談の仕方→座り方から意識しよう

面談で座るときの「ちょっとしたコツ」のお話です。これは一般的な営業でも言われることですが、面談で座るときは、できるだけ、「向かいあわせにならないように」しましょう。座り方次第で伝わるイメージが全然違います。その面談場所の環境にもよりますが、「斜め横（直角の位置）」に座るとベストです。話をする時は同じ方向を見られるようにするのです。もし、向かい合わせしか席がないようであれば、説明をする時に身体を横にして、相手と無理やり同じ方向を見るような動作を心がけてください。同じ方向を見ながら「応援団」の説明をすると、相手の方に「私と一緒に作っていただけませんか？」というイメージで伝わります。それは、青春ドラマで夕日に指をさしながら夢を語っている、まさにあの場面です。あなたは、「未来を指差す」ような気持で「1分間のトーク」を話すのです。その際には「私は応援する価値がある仕事を必ずします」という気持ちを込めて話すことが重要です。気迫が伝わります。

実際に、記念すべき1人目の応援団を知人をお願いするときには、「同じ方向を見られるように直角に座り」「私は応援する価値がある仕事を必ずします」という気持ちを込めて丁寧に話をしてください。直接の知人ですから気恥ずかしいかもしれませんが、照れ笑いは禁物です。照れ笑いをした瞬間に話がなかったことになると思ってください。お願い事は、へらへらしながらする物ではありません。もちろん、さいしょから気難しい顔をしていては、相手に不安がられてしまいます。ですから、「ニコニコ」している方がいいでしょう。でも、「へらへら」してはいけません。

⑧ 質問力を鍛える→相手の本音がわかる質問力とは

次のステップです。

あなたの1分間トークの後で、相手は必ず何かの「質問」をしてきます。

そこで、あなたのスキルとして身につけておくといいいことがあります。

それは「質問力」です。

「質問力」とは、「質の高い質問をする力」と

「質問された内容で相手の気持ちを判断する力」です。

質問は、相手が「関心がある点」

「クリアしておかなければいけない点」についてしてきます。

その質問の内容を聞いて、その方が「何に関心を示したのか」「何に注意を払ったのか」ということの本質を判断できるようになると非常に会話がスムーズになります。

そして、あなた自身も相手の気持ちがよくわかるようになります。

よく「しぐさ」で相手の心理状態を判断するというノウハウがありますが、どうように質問力でも相手の心理状態を判断できるのです。

「質問力」の簡単な身につけ方は、

自分が普段考えていることを自問自答形式で紙に書いてみることです。

たとえば、「俺は、今日はランチを食べたときに、

ウェイターの言葉使いに好感をもった。

ん？ なんでだ？ そうだ、それは、

この間のお客様の会話と似ていたからだ。

お客様は、俺の〇〇と言う言葉が気に入ってくれたんだな。

よし、それなら、今度はこういうことを考えていこう。

そして、・・・」などと、

自分が思いついたことをどんどん書いていくのです。

そうすると、「質問の内容＝自分の気になっているところ」を実感できます。

この作業を毎日20分でいいので、やってみてください。

1カ月後には、驚くほど「質問力」が身についていることでしょう。

質問力が身についた状態でお客様と話をすることほど楽なものはありません。

なぜなら相手の考えが「誤解なく理解できるから」です。

そうすると、あなたも的確な話をすることができるようになります。

その的確な話を聞いた相手の方は

「私のことをわかってくれる人だ」という信頼感をあなたに持ってもらえます。

すると「この人なら、〇〇を紹介してもいいな」と思ってもらえるようになります。

また、もう一つの質問力について、説明します。

「質の高い質問をする力」です。

脳には、「的確な質問をすると自然に的確な答えを出すという仕組み」があります。

簡単な例でいうと、

「学生時代はどうでしたか？」

「学生時代に1番楽しかった思い出を一つだけ教えてくださいませんか？」

これらの質問をされたときに、瞬時に答えやすいのはどちらでしょう？

後者の方が的確に答えやすいのではないのでしょうか？

このように的確な答えを引き出したいときは、

できるだけ限定した的確な質問をすることが必要なのです。

この的確な質問をする力も、相手の考えていることを的確に把握する能力の一つですので、ぜひ、スキルとして身につけるといいでしょう。

⑨ 紹介者へのファーストアプローチ→連絡を入れるベストなタイミングは

さて、めでたく応援団Aさんが「応援してあげてもいいよ」と了承してくれた後のことです。

すぐに紹介が出るか不安な方も多いと思います。

そのときは、Aさんにこのようなことをお伝えください。

「私は300人以上のある人脈の中から、価値観の合う方を選びに選んでAさんしかいないと思ってお願いに来ました。他の方でなくAさんの人脈のつながり、応援してくれる人を募っていきたいのです。ぜひご協力ください」

本当に信頼していて、本当に選びに選んだAさんにこの言葉を言って、紹介を得られないことはありません。

必ず紹介が出ます。

ただし「どんな人を紹介して欲しいのか？」と聞かれると思うのでその時は、紹介して欲しい人のイメージをしっかりとお伝えしましょう。

それでも万が一紹介が出ない場合は、

Aさんを選んだ人選ミスかもしれません。

もう一度リストアップからやり直しましょう。

次に、応援団Aさんから実際に知り合いのBさんを紹介してもらえたときの、あなたの行動です。

できれば、面談時にあなたの目の前で紹介してくれた応援団AさんからBさんへ電話してくれるとありがたいですね。

その電話の際に、アポイントを入れられるのが理想です。

Bさんもなんのことだか、ピンと来ていない中でアポイントを入れるわけですから、知り合いから直接「会ってやってくれ」と言われた電話口で、

直接あなたと話ができるのが一番ストレスないのです。

とかく、アポインとは後日というパターンになりがちですが、
そうすると大体3割のキャンセルが出ると思ってください。

それぐらい人の心は変わりやすいのです。

可能であれば、その場で「Bさんに直接電話を入れてくれるか」ということを
Aさんに相談してみましょう。

また、別のケースです。

応援団Aさんから後日、「Bさんを紹介してあげる」という電話連絡を
いただいた場合は、そのAさんと電話を切った直後、

すぐにBさんに連絡してください。

絶対に時間を空けてはいけません。

というのは、Aさんがあなたに連絡しているのは、

Bさんから「わかった。会ってあげるよ」と回答をもらった直後の可能性が高いのです。

そうすると、このときBさんも、

一旦手を止めてあなたからの連絡が来るのを少しの間待っている可能性が高いのです。

このタイミングを逃してはいけません。

このように、誠実な人とのつながりでは、相手もこちらに敬意を払って、
連絡を待っていて下さることがあります。

その行為を絶対に無駄にしていけません。

これは、当たり前なことなのですが、出来ていない人が意外と多いものです。

おそらく、最初の電話なので緊張してしまうのでしょう。

「煙草を1本吸ってから」とか「コーヒーを飲み終わってから」と、
少しだけ先延ばしをしてしまうのです。

ですが、この先延ばしの習慣は禁物です。

遅くなれば遅くなるほど、

Bさんは「面談してあげよう、会ってあげよう」という

気持ちが加速度的に薄くなります。

間髪を入れず1秒でも早く電話をかけてください。

次に、無事にアポイントが取れたら、

その時点で再度Aさんに連絡して「アポイント完了の報告」をしましょう。

Aさんは、あなたの素早さに「早いなあ」と感心すると同時に、「お礼の電話」という
細かい気配りが「応援する気持ちの向上」につながります。

ですから、絶対に省かないでください。

後で説明しますが、「アポイントが取れた」ということは、

Aさんにとっても「1回目の小さな成功体験」に

なっていることを覚えておいてください。

⑩ 紹介者との面談と質問に答える→答えは体験の中にあり

さて、応援団のAさんからご紹介いただいた紹介者Bさんの初めての面談です。

あなたは、あらかじめ用意しておいた1分間のトークを話します。

そして、Bさんの質問に答える場面です。

Bさんから、まず出てくる質問が「どんな人を紹介したらいいの?」ということです。

その際にあなたは「具体的な人物像」を伝える必要があります。

その時の注意点ですが、「あなたが伝えた人物像」が面談相手である「Bさんのイメージ」と重なって伝わるので慎重に言葉を選んでください。

たとえば「誠実な人を探しています」と伝えれば、

その言葉はそのままBさんに伝わり「あなたは誠実な方です。

ですから、今回Aさんからご紹介いただきました」という

メッセージとしても伝わります。

もし、「お金を1億円以上持っている方をご紹介ください」と伝えれば、

「俺も1億円以上持っていると思われているのか」というメッセージがBさんに伝わります。

このように「あなたが探している人物像＝面談相手」と

なることを覚えておいてください。

次にBさんは、「どうやって、人に話をしたらいい?」という質問をされます。

そのときのあなたは「AさんからBさんにご紹介いただいた日から、

今日にいたるまでのやり取りと全く同じことをします。

ですから、体験して頂いた通りのことを話していただければ結構です」と答えるのです。

つまり、Bさんの疑問である「どうやるの?」という質問の答えは、

Bさんが初めから「体験済み」になるように、

あなた自身が意識して接しておくのです。

人は、基本的に体験したことしか上手に語れません。

Bさんには、その体験を上手に伝えてもらうだけです。

つまり、このようなことになります。

「どうやるの?」の答え

あなたがAさんからBさんを紹介されてから、Bさんにしてきたこと

(アポイントの取り方、面談の仕方、お願いの内容)

↓

Bさんが体験したこと+あなたに対して感じたこと

(AさんからBさんに伝えられた内容、

アポイントや面談で体験したこと、感じたこと)

↓

Cさんに伝える内容

このように、あなたのやっていることが、ほぼそのままCさんに伝わると思ってください。

あなたは、「伝わるイメージ」を意識しながらBさんとの面談をするべきなのです。

この伝染していくイメージを意識して面談するかどうかで、

この後の紹介率が変わります。

この第一印象のイメージがすべて、

といっても過言ではないぐらいに連鎖していきます。

あなたは、初めの面談の時に、相手によってパターンを変えずに、一つの面談パターンで接する必要があるので、本当に一字一句買えないぐらいのつもりで接することを目標としてください。

ここの注意の払い方で、応援団に対するあなたのブランドが構築されていきます。

そのブランド・イメージが応援団から飛び火して、お客様への紹介となっていきます。

だから、「応援されるタイプの人」にあなたが自分自身をブランディングしていると、信じられない数の紹介をいただけるようになるのです。

⑪ NGワード→紹介をお願いするときに絶対に言ってはいけない言葉

応援してくださる方に紹介をお願いするとき、

絶対に言ってはいけない言葉があります。

それが、「どなたでもいいので誰かご紹介いただけませんか？」です。

この言葉、一見丁寧で失礼のないように見えますが、

致命的なミスを犯しているトークです。

致命的なミスとは「どなたでもいいので誰か」の部分です。

つまり、この言葉を言われた応援団は自然にこのように感じます。

「何？誰でもいいのか？この「新成人外交員」はとにかく誰でもいいから人と会いたがっているだけなのだな。

ということは、私もそのうちの1人で、私でなくてもだれでもよかったのだな・・・コイツと面談してなんだか時間を無駄にしたな。

もうこの「新成人外交員」と付き合うのはやめよう」

こういうことです。

あなたも逆の立場だったら、同じように思うのではないのでしょうか。

確かに成績が上がらず、誰も会う人がいない。とにかく、誰でもいいからアポイントを入れて、スケジュールを埋めないと不安で仕方がない。

誰でもいいから私のスケジュールを埋める手伝いをしてほしいと思っているときは、このような言葉を出してしまいがちです。

仮にこのトークを使って紹介してもらえたとしても、どうでもいい人脈を紹介されるだけで、間違いなくあなたの見込み客や応援団になる人ではないでしょう。

ある生命保険の支部長が朝礼で「イモでも大根でもいいから私の前に連れてきなさい。私がクローキングしてあげるから」と営業職員に檄を飛ばしていました。

この支部は、なかなか成績が上がらないことでイライラした支部長がこのような言葉を発していたのです。

「イモでも大根でもいいから俺の前に連れてこい」と「どなたでもいいので誰かご紹介いただけませんか？」全然違うトークですが、言っている意味が同じです。

自分勝手でお客様を大切にしないトークの代表劇なのです。

もしうっかり使ってしまいそうになったら「イモのでも大根でもいいから・・・」とおうとしていることを思い出してください。

⑫ 喜びを分かち合う→「NO」と言われた場合にどうするか

応援団を作っていく段階で忘れてはならないことがあります。

それは、紹介してくれた方が「応援団になってもいい」と言ってくださった時に紹介元の応援団に、必ず「お礼の連絡」を入れるということです。

応援団Aさんがあなたに知人のBさんを紹介した瞬間に、

Aさんは、あなたと同じ立場、つまり仲間になっています。

ですから、Aさんも「Bさんとの話がうまくいてほしい」と願ってくれているのです。

ひょっとしたら、Bさんとのアポイントの当日は、

朝から気にしてくれているかもしれません。

そんなAさんにお礼の連絡を入れることは当然の話です。

そのタイミングは、Bさんとの面談が終わった直後にしてください。

そして、Bさんが応援団になってくださることになったら、

その場で「興奮して」お礼を言いましょ。

きっとAさんも一緒に喜んでくれるはずですよ。

ここでは、Aさんに成功体験をしていただくことが大きなポイントになります。

Aさんには、「Bさんとのアポイントが完了」の報告をして、

1回目の成功体験をしていただいています。

小さいことですが、Aさんにとってみると「自分が施したことがうまくいった」ということは、ちょっとした喜びになっているのです。

あなたがBさんとの面談がうまくいったという報告は、

Aさんにとって2回目の成功体験になります。

この2回の成功体験によって「喜びを分かち合えたかどうか」が今後の紹介に大きな影響を与えることになります。

実は、応援団からの紹介で最初の1人目がうまくいったケースと

行かなかったケースでは、2人目の紹介が出る確率が大きく違ってきます。極端な話ですが、ひとり目の成功体験のお蔭で、2人目以降にうまくいかない場合があっても、その後も継続して何人も紹介してくれることがよくあります。ひとり目の紹介を受けたときは、とても慎重に対応してください。Aさんが今後応援活動を積極的に続けてくれるかどうか、この一人目にかかっているといっても過言ではありません。

では、逆にBさんが応援団になってくれなかった時に、Aさんにどのように連絡すればいいのでしょうか？まれなケースですが、そういうときは、言われた内容を最大限にポジティブに解釈して報告してください。たとえば、面談でBさんからは「応援団になれないけど、何かあったら連絡してあげるね」と言われたとします。これを、ポジティブにとらえると「応援したいけど、紹介は難しい。だから小さな協力をしてあげるね」という解釈になります。つまり、「プチ応援団」になってくれたということになります。ですから、Aさんには「お蔭さまで、プチ応援団になってくださることになりました！ありがとうございます！」と報告すればいいのです。

もともと、応援団という組織は、あなたを「応援してくれる気持ちになってもらえるかどうか」ということが大切なのであって、「紹介者を出さなければいけない」というわけではありません。ですから、極端な話ですが、「何かあったら連絡してあげるね」と言ってくれた時点で「応援団」になってくれたと同じことになるわけです。

ここで、ポジティブに解釈するには、別の理由もあります。それは、「Aさんの顔をつぶさない」ということです。もし、あなたが「Bさんから協力は難しいって言われました」と報告したら、Aさんはどう思うのでしょうか？あなたに対しては「なんだ！きっと話し方がへたくそだったのだな」と思ってしまうでしょう。そして、Bさんに対しても「俺の顔をつぶしやがって」という感情を抱かせてしまいます。そうすると応援どころか、あなたのせいで「AさんとBさんの中に水を差してしまうこと」になります。それは、応援をお願いする立場として絶対に避けなければなりません。

結論を言います。Bさんとの面談の結果が応援団に関して「YES」でも「NO」でも、紹介してくれたAさんには、「Bさんとお会いできてすごく良かったです。なんとか協力してくれることになりました。本当にありがとうございました」と、あなたが喜んでいることを伝

えて、お礼を言ってください。

あなたからの「喜びとお礼」の連絡自体がAさんにとって成功体験であり、喜びの分かち合いになるのです。

⑬ 紹介された方々との2回目以降の接し方→話題と面談回数の増やし方

直接の知人でない応援団Bさんとの2回目以降の接し方のコンセプトは、「親友になるつもり」です。

もちろん、とくに年齢差や性別の違いがあった場合、単純に「親友」といってもピンとこないこともあります。お互いの「人間性をわかり合う」ということが次のステップになりますので、「親友」というイメージでアプローチするのがいいでしょう。

間違っても「紹介、紹介」と、プレッシャーをかけるような対応をしてはいけません。これは、ご法度です。

たとえば誰も紹介できずにいたとしても、

プレッシャーをかけるような会い方を絶対してはいけません。

その応援団は、「紹介できていない」ということ自体が本人にとって

「ちょっとした引け目やストレス」になっている可能性があるからです。

だからこそ、そのような応援団に対しては「引け目なんて感じないでください。

お付き合いして頂けるだけでありがたいです」という気持ちで接するのです。

そのコンセプトが「親友」です。

そのようなあなたのひたむきな姿を見て、逆に「頑張っけて紹介してあげよう」という気持ちになってもらえるものです。

この「親友になるつもり」で具体的に話題にする内容は、

応援団の人柄を知るための「情報収集」ということを意識してください。

面談の中で、応援団の「誕生日」や「結婚記念日」などのプライベート情報をさりげなく集めるのです。

そこで入手した情報は、必ずメモに残しましょう。

親友の誕生日を知らない人はいないですよ？

同じように応援団の記念日もちゃんと知っておくことが一つの礼儀でもあります。

また、Bさんの趣味や好きな食べ物、家族構成、奥様の趣味、

お子さんの学校などなど。知っておいた方がいい情報はたくさんあります。

Bさんとの2回目以降の面談は、情報収集の機会に徹しましょう。

仮に、あなたのビジネスの話をする場面があっても、

「お伺いを立てる程度」でいいでしょう。

「今回、お送りしましたニュースレターの内容はいかがでしたか？

ここはこうしたほうがいいのかというようなご意見があったら、ぜひお聞かせください」

というお伺いを立てるのです。

最も避けなければいけないことは「二度と会いたくない」と思われることです。

逆に言えば、それ以外は何でも結構です。

とにかく、面談回数を重ねる努力をしましょう。

単純に面談回数が増えるだけで、あなたの信頼度は増します。

これは、よくある「朝いつも同じ電車に乗り、お互いに名前は知らないが挨拶だけする知人」と同じようなものです。

このことは、心理学の分野でも証明されており、単純に遭う回数が増えるだけで信頼関係が築けるのです。

「あった時にだれも紹介してくれなかったから、成果がなかった・・・」と落胆する必要はありません。

単純に接触しているだけで、信頼関係の階段を確実に上っているのです。

そして、面談の帰り際になったら「次回会う口実になりそうな宿題」を貰いましょう。

たとえば、商品についての質問であったり、返品するときの仕組みだったり、

「調べてみないとわからないようなこと」を

すぐに答えずに宿題として持ち帰るのです。

そうすると次のアポイントが入れやすくなります。

「先日の宿題の答えをお持ちしようと思っています」と連絡すればいいだけですから。

この「帰り際の宿題」は、

それほど親しくなっていない方と会う口実を作る一つのコツです。

新規営業をやる人でしたら、この技術なしには仕事が成り立ちません。

そのぐらい大切なポイントです。

応援団は、新規営業ではありませんので、そこまで気合を入れなくてもいいのですが、信頼関係を築いていくために、会う回数を増やす必要があります。

是非、「帰り際の宿題」を心がけてください。

こうして、あなたは、Bさんとの面談を何回か繰り返していくうちに、必ず信頼関係が築けてきます。

そして、Bさんの知り合いのCさんを紹介して頂けることに繋がっていくのです。

⑭ 「無」から「有」が生まれる瞬間→応援団作りの醍醐味

あなたは、自分の知り合いのAさんに応援団になっていただき

Bさんを紹介してもらいました。

Bさんと信頼関係を築くことができ、Bさんの「知り合いの

Cさんを紹介してもらったことになった場面です。

この応援団組織の3段目に当たる「BさんがCさんをあなたに紹介してくれた瞬間」に、あなたはとても大きなスキルを取得できたこととなります。

というのは、Bさんという赤の他人からCさんという赤の他人を紹介して頂いたからです。

ここがこの応援団組織作りの一番の要になります。

状況を詳しく把握してみましょう。

Aさんはあなたの直接の知人であり「友人・仲間」と呼べる存在ですから、あなたを「応援してあげてもいい」と自然に思ってもらえます。

Bさんに話をする時も

「私の友人の〇〇さん（あなた）という人を紹介したいのだけど」と言っているはずですよ。

Bさんも「Aさんの友人なら・・・」と思ってくれます。

ところが、BさんがCさんにあなたを紹介するときは、

Aさんのときとまったく状況が違います。

Bさんは「友人の知人の〇〇さんを紹介したいのだけど」というセルフになってしまうわけです。

Cさんが「友人の知人・・・？なんだか赤の他人じゃないか」と思うのは当然です。すると、CさんはBさんに対して「なんで、その赤の他人のために僕を紹介するの？」という会話があります。

そこでBさんは「応援したい人だから」と説明がはじまります。

このBさんがあなたのことを「応援したい人だから」と宣言したこの瞬間に、Bさんはもう赤の他人ではなく、

Aさんと同様の「友人・仲間」になってくださっているのです。

ここが重要なのです。

単なる知人ならたくさんいますが、

本当の仲間と呼べるような人脈なかなかできないものです。

この応援団という形を通して、Bさんは「知人」から「友人・仲間」にステップアップしてくれたのです。

これが本当の人と人が有機的につながった瞬間です。

応援団の組織形成において、この紹介の紹介という「赤の他人」、

つまり3段階目の紹介を獲得できたときは、

その瞬間の喜びを「う～ん」と噛みしめてください。

ここから見込み客数は飛躍的に増加し、成果がぐんと飛躍的に上昇していきます。

この応援団作りの醍醐味は、「他人から人脈が出た瞬間」にあります。

これは「無から有を生んだ」ということです。

この体験をできたあなたは、「人脈が少なくてもビジネスはできる」ということを本当の意味で実感するはずですよ。

そして、もう一つ忘れてならないことがあります。

それは、Cさんとのご縁を生むきっかけを作ってくれたAさんに対して

「報告とお礼」の連絡です。

Aさんにとっても、この無から有を生んだ劇的な瞬間の報告は、とてもよろこばしいことのはずです。
応援団として、自分がきっかけで、知らないところでドラマチックな人のつながりができたのですから、まさに「究極の成功体験」です。
それだけ意義あることをしたAさんは、さらにあなたの応援活動を頑張ってくださいるはずですよ。

⑮ 深掘り度をはかる→ミルグラムの「6次の隔たり」

Aさん（1段階目）→Bさん（2段階目）→Cさん（3段階目）と人脈をたどって紹介をお願いしていくことを「深掘り」と言います。応援団の組織作りは、この「深掘り」が重要です。
一度、深掘りができるようになったら、後はDさん（4段階目）→Eさん（5段階目）→Fさん（6段階目）と、どんどん深掘りをしていけばいいのです。

つまり、「人脈は横に広げるのではなく、縦に掘っていくものだ」ということです。応援団組織の深掘りは難しいことはありません。
これが「応援団の深掘り」ではなくて、営業マンにおける「お客様の深掘り」や、ビジネスにおける「取引関係の深掘り」となると、理論上ではできそうであっても、実際にはなかなか上手くいきません。

しかし、応援団組織の深掘りは、「仲間・友人」という人間関係であり、「お客様や取引先といった利害関係を前提とした関係ではないので、この「深掘り」がどんどん進んでいくのです。
こうして「深掘り」が進んで応援団組織ができると、見込み客を集めることに全く困らなくなります。

まさに理想的なマーケティング方法です。
もちろん、応援されるタイプになるためのパーソナル・ブランディングの努力と、これまでに述べた応援団組織の作り方の実践は、手間がかかる作業でもあります。
だからといって、毎日毎日新規の飛び込み営業をするよりはるかに効率的どころか、この手法は、営業における最終手段、これ以外に道はないといってもいい手法なのです。

最初の1段階目の応援団を「少数が望ましい」と申し上げた理由がお分かりいただけたでしょうか。
少ない人脈から、多くの人とかかわりを持つこの「深掘り」の概念をしっかりと理解してください。

「深掘り」を理解しないで応援団組織を作ろうとすると、最初に書き出した「応援してほしい人100人リスト」全員に応援団をお願いしなくてはと考えてしまいます。

つまり、「知り合いにお願いします」という従来の人脈の概念と全く変わらなく、「直接の知人が何人いるか」ということだけで応援団の数が決まってしまうのです。そしてその応援団は、縦に掘る深掘り人脈の広がりが少ないため、すぐ限界が来てしまうのです。これでは、応援団の数が150人に達しないばかりか、見込み客の紹介の質と数がどんどん低下し、行き詰ってしまいます。

では、この「深掘り」は、どれくらいまでやればいいのでしょうか？その答えは「6人目（6段目）のFさん」までを目安にしてください。なぜかと申し上げますと、深掘り続けると6人目までに素晴らしいキーマンが現れることが多いからです。そのキーマンは、あなたが理想的に思い描いているビジネス・パートナーかもしれませんし、恩師になる方かもしれません。いずれにしろ、6人目までの深掘りをするとう直接的に最も役立ってくださるキーマンが現れる確率が高いのです。この「6人目」というのは、アメリカのミルグラムという心理学者の実験によって生まれた「6次の隔たり」からも実証されています。

この「6次の隔たり」とは、「知人の知人を紹介して、知り合い関係をたどって（深掘りして）いけば、平均6人目で、誰にでもつながることができる」という実験結果から生まれた人的ネットワークの概念です。

たとえば、ある有名芸能人に会いたいとします。その場合、その芸能人とつながりがありそうな人をたどって深掘りしていけば、ほとんどの場合、平均6人目までにたどりつくということです。あなたにとって、その素晴らしいキーマンとはどのような人でしょうか？その人物像を明確にしておいてください。そうすれば、6人目までにそのような方が現れることでしょう。

また、ここで間違えないでほしいのは、キーマンは「6人目にいる」のではなく「6人目までにいる」ということです。このキーマンの出現によって、あなたの営業キャリアは一遍し上昇路線をたどることになるでしょう。

さて、ここまでできたあなたには、もう一つやらなければならない作業があります。それは「応援団組織図」の作成です。この応援団創りを進めていくと、誰が誰の紹介なのかわからなくなることがあります。

そうならないためにも、どなたのつながりで入った人なのか一目でわかるよう「応援団組織図」を書いておきましょう。

改めて眺めると「思わぬ人」がキーマンとなって、深く、広いつながりを持っていることがわかつています。

そうすると、いかに「深掘り」が大事であるかも理解できることでしょう。

これを継続していけば、将来あなたの応援団組織が、非常にダイナミックな人脈図になることは間違いありません。

それが、応援団組織作りの醍醐味でもあります。

⑩ 人に紹介しやすいきっかけを作る→相手の条件の絞り込み

応援団が、あなたを人に紹介しやすい「きっかけ」を作ってください。

応援団はあなたに協力的な気持ちでいてくれています。

だからといって、「誠実な人を紹介してください」という条件だけだと、人に話すきっかけにならないことが多々あります。

つまり、「協力してあげたいけど、Bさんにあなたのことを話すきっかけがつかめない」のです。

「誠実な人」という一般的な人物像だけでなく、もうひとつもっと絞り込んだ「きっかけ」を提供するのです。

応援団がこんな会話をしてもらうことをイメージしてみてください。

「私の知り合いで〇〇（あなた）さんという人がいるのだけど、今、彼を応援してあげていてね・・・それで、今回は“特別に〇〇な人”で、誠実な人を紹介して欲しいということなので、あなた（Bさん）を紹介したいと思うのだ。会うだけでいいから、会ってやってくれないか？

もちろん、何か無理やり売りつけられたりしないから安心してくれ。なにしろ彼は本当に明るくていいやつだから・・・」

このように、応援団の方に「今回は特別に〇〇な人」を紹介してくださいと具体的に指定するのです。

応援団もこのように限定されることによって、「〇〇な人」の条件に合う人を探してくれます。

そして、ぴったりな人がいると、簡単に連絡してくれるのです。

たとえば「青森県出身の人」「巨人ファンの人」「絵が好きな人」などなどの簡単な条件でいいのです。

これも「質問力」のうちのひとつです。

「的確な質問をすると的確な回答が返ってくる」を使うのです。

そして、「なぜ〇〇なひとがいいのか」という理由も探してください。

「最近、知り合って応援団になってくれた方が“青森県出身の方”だったので、もし何かでつながればいいなと思ひまして・・・」とか

「巨人戦のチケットが手に入ったものですから、“ジャイアンツファンの方”がいらっしやったら」という簡単な理由でいいので、「〇〇な人とあなたが会いたい。その理由は・・・」ということを示してください。

そうすると応援団も「なるほど」と思ひて、紹介する相手を見つけやすくなります。

「応援団ができたけど、誰も紹介してくれない」という壁に当たったら、ぜひこの「〇〇な人」で条件を絞ってみてください。

必ず紹介が増えるはずです。

⑩ 応援団のグループ別のフォローの仕方→信頼関係の効率的な深め方

1、 シルバーグループ（紹介がまだ発生していない方）

まず、目指すのは、このグループの人数をとにかく増やすことです。

はじめのうちは、ここの人数の規模が重要です。

いわゆる「基盤作り」だからです。

ただし、先にも説明した通り、自分の人脈だけで広げようとしないで

「深掘り」で人数を増やしてください。

以下、このグループに対してあなたのやるフォローの一例です。

- ・あなたを知ってもらふ。相手の基本情報を集める。
- ・毎月のメールマガジンを渡す、または送る。
- ・面談回数を増やし、信頼関係を築く。
- ・接触のコンセプトは「親友になるつもり」
- ・基本情報（誕生日など）に対して何かアクションを起こす（カード、プレゼント等）

2、 ゴールドグループ（ひとり以上の紹介があった方）

このグループは、あなたとの信頼関係がそこそこある方々です。

商品ユーザー、つまりお客様になってもらえようように意識してみましよう。

ただし、強引なやり方はダメです。

応援団が自らあなたに、「私も商品を買いたいんだけど（契約したいのだけど）」と言ってくれるようになるまで待つのです。

自ら言ってもらえようようになるには、「ユーザーの体験」を

たくさんお伝えするといいでしよう。

そのうえで、「あなたも使ってくれれば、（契約してくれれば）うれしい」というニュアンスをお伝えするのです。

間違っても「あなたもどうですか？」と売るためのお誘ひは禁物です。

これらの言葉の伝わり方には、微妙なニュアンスの違いがあります。

「あなたが使ってくれたらうれしい」ということと、「あなたもつかってみたらどう？」ということとは意味合いが違ひて伝わるのです。

前者は「買わないことが前提」ですが、
後者は「買ってほしい」というニュアンスになるのです。
応援団に後者の接し方をしてはいけません。
せっかく築き上げたものが崩れる可能性があります。
それよりも「買ってくれたらうれしいけど無理しないでほしい」。
それより、「あなたに応援してもらえらることの方が私にとって重要なのです」という気持ちでユーザーの体験談を伝えれば、自然に商品に目を向けてくれるようになります。逆にそれでも買わない場合は、全く別の理由で「買う気がない」ので諦めましょう。そして、紹介専門グループの方として引き続き応援をお願いしましょう。

またこのグループの応援団は、
あなたにしてあげたことを「たいしたことではない」と思っています。
ですから、あなたがきちんと「感謝の気持ち」を伝えないと、
「応援団の存在がどれだけ貴重なのか」ということが伝わりません。
それは、単なるお礼というレベルではなく、「あのときにあの紹介の仕方が絶妙でとても助かりました」とか、「この上表をいただけたからこそ、新しい切り口が見つかりました」というような、具体的に助かった事柄を伝えてください。

そうすることによって、応援団として価値を自覚してもらえるようになります。そういう意味で、このグループの方々には、たくさんの「小さな成功体験」をしてもらうようにしましょう。

もちろん「演技をしろ」とか「ゴマをすれ」と言っているわけではありません。どんなに小さなことでもあなたがきちんと気がついて、その上で、感謝の気持ちを伝えるのです。

そのあなたの「感謝の気持ち」自体が応援団にとっての「小さな成功体験」となるのです。

以下、このグループにあなたのやるフォローの一例です。

- ・ユーザーの体験談を情報として伝える。
- ・小さな成功体験をつんでもらう
- ・紹介してくれた方があなたにしてくれたことを報告する

3、プラチナグループ（3人以上の紹介があった方）

このグループの応援団は、あなたに協力的ではありますが、この段階で商品ユーザーになることがないようであれば、完全にユーザー対象外として考えたほうがいいでしょう。

「3人も紹介してくれているのだから、買ってくれるのではないか？」という期待を持たずに、今後も紹介をたくさんしてもらえようをお願いしましょう。この方々は、紹介専門の応援団グループになっていただける方々です。

以下、紹介専門グループの方にあなたのやるフォローの一例です。

- ・メールマガジンや企画の事前相談
- ・いいアイデアがあれば反映させる

- ・誕生日などのプライベート情報に基づく特別なプレゼント
- ・土日も含めたプライベートなお付き合い
- ・体験カードやアンケートに答えてもらう
- ・ユーザーの体験談を情報として伝える

以上これらはほんの一例です。

やれることは、まだまだたくさんあります。

思いつくアイデアをどんどん実践してみてください。

そして、応援団一人ひとりとの関係をどんどん深めましょう。

⑩ 応援団の期限→質を重視した「期限」とは

応援団の期限は設定しません。

「半永久のお付き合い」と考えてください。

もちろん、長い人生いろいろなことがありますので、全くお付き合いがなくなる応援団や音信不通になってしまう応援団もいらっしゃいます。

だからといって、あなたから応援団との関係を断ち切ることはないようにしましょう。

もし、応援団が全く応援活動をやめてしまっても、疎遠になってしまっても、

あなたから最低限の現状報告をお知らせするようにするのです。

それは、1年に1回の「年次報告でもいいでしょう。

あなたが元気に頑張っていることが相手に伝わればいいのです。

もともと「疎遠になってしまった応援団」も、

あなたの「選ばれた直接の知り合い」からのつながりで知り合った方です。

いくら疎遠になったとしても、全くの赤の他人になってしまうわけではありません。

その応援団を紹介してくれた応援団お方は、現役バリバリであなたを支援してくれているのかもしれないからです。

そうだとしたら、あなたから関係を切ることは、

現在支援してくださっている応援団にも失礼になります。

ただし、年賀状だけでつながりを保ち続けることは避けたほうがいいでしょう。

年賀状は、相手にとって多くの中の一部であり、

印象に残らないかもしれないからです。

ですから、全く違うタイミングで「年次報告」をするようにしてください。

この「永久のお付き合いになる」という心構えは、

あなたが新規のお客様と初めて会う時に、「一期一会の姿勢」として表れてきます。

大抵の営業マンが「次から次に」という数で営業しているのに対して、

あなたが本当に「質を重視したお付き合いをしようとしていること」が

この姿勢によって相手に伝わるのです。

そういう意味でも、

「期間を設けずに一生のお付き合い」になるつもりで応援団を組織していきましょう。

⑨ 3つの特別応援団→この応援団が成功のカギ

最後に3つの特別応援団の存在を説明します。

一つ目の特別応援団は「VIP応援団」です。

最初、この応援団は存在しません。

あなたの応援団組織がある程度出来上がり、実際の営業活動をしていく上で数々のご支援をいただき、「プラチナグループ」からステップアップしてくる方々です。

この応援団は、

ユーザーの立場から商品を買ってくれそうなお客様を紹介していただきます。

会社や商品に対する意見もたくさん言っていただきます。

この方々への対応は、売り上げに大きく貢献してくださっているヘビーユーザーよりも大切にしてください。

ヘビーユーザーは商品に不満があった場合、他社の商品に移ることがありますが、この特別応援団は、あなた自身を応援し、あなたが所属する会社をよくしてくれようという思いで協力してくれるのです。

そのような意味で、あなたのビジネス上の直接的な一番の支えになります。

この方々との信頼関係は、絶対に壊してはいけません。

この「VIP応援団」とは、他の応援団と一線を画した特別なお付き合いになってくるでしょう。

一生の仲間になる方もいらっしゃるかもしれません。

そのときは、もう応援団という存在を超えて、家族ぐるみのお付き合いになり、本当の親友になっているかもしれません。

あなたは、すべての応援団がこのような存在になってくださることを理想に描きましょう。

2つ目の特別応援団は「メンター応援団」です。

応援団をお願いしていくと、「どうしても、この方とはお付き合いしたいけど、私の応援団として、どなたかを紹介してもらおうイメージと違うな・・・」という方と出会うことがあります。

どちらかというところ、「私が何かをお願いするのは、あまりにもおこがましい」と思ってしまう社会的地位の高い方です。

このような方々と出会った場合には、「メンター応援団」になってもらいましょう。

「メンター応援団になってください」などと言う必要はありません。

あなたが心の中で「この人を私のメンター応援団としよう！」と決めればいいのです。

そして、この「メンター応援団」は、あなたにとって「ただひたすらご尊敬申し上げて、学ばせていただく存在」です。

何かを絶対にお願ひしてはいけません。

もちろん、あなたの応援団組織図には書き加えることはいいことです。

あなたの横や上にまるで触覚のような位置に書いておき、

紹介をもらう組織とは区別しましょう。

ところで、最近のビジネス書や自己啓発の本でも、よく「メンターを見つけよう」と言われていますが、そもそも「メンター」とはなんでしょうか？

「メンター」の語源は、ギリシャ伝説の中のトロイ戦争でオデシウスが出陣の際、その教育を託した友人「メンターMentor」の何由来します。

現在は「良き指導者、師匠、親身になって支援してくれる人」という意味でメンターという言葉が使われています。

そういう意味でこの「メンター応援団」は、人によっては「宗教」のような存在になるかもしれません。

この世に目に見える存在でなく、つねに心の指導者となる「応援団」です。

最後に3つ目の特別応援団があります。

それは、「配偶者、親、兄弟などの家族や婚約者、恋人」などの

「ファミリー応援団」です。

この方々は、あなたにとって、ビジネス上の直接的な応援団ではないかもしれませんが。

でも、あなたの生活基盤を支えてくれる必要不可欠な最も重要な「応援団」です。

この方々を除いて、あなたの人生は語れません。

仕事に打ち込むあなたを、とくにプライベートや家族生活の中で援助し、精神的、肉体的な健康を維持することを助けてくれるパーソナル・ドクターであり、またカウンセラーでもあり、人生の浮き沈みを安定化してくれるコーチでもあります。「ビジネス」という狭い枠組みでなく、つねにあなたの「人生」そのものを応援してくれるパートナーです。

共に笑い、共に泣き、何事も分かち合うことができる貴重な仲間、時に厳しく、時に優しく、大統領のように働き、王様のように遊ぶことを心から奨励してくれる唯一無二の存在かもしれません。

この「ファミリー応援団」の存在を必ず組織図に書き加えてください。

そして、つねに忘れないようにしてください。

ビジネスの現場にたつと、とかくこの特別応援団の存在を忘れてしまいがちです。

本当は、あなたにとって最も大切な存在なのに、関係が近すぎるがゆえに、気がついたらないがしろにしてしまっていることも多いようです。

目標の設定方法の項目でも申し上げましたが、

「家庭の失敗をビジネスの成功で補うことは絶対にできません」

ですから、この方々を応援団組織図に加えて「何のために仕事をしているのか」

ということをお忘れなくしてください。
その作業をするだけで、あなたの成功する意味と方向性がぶれなくなります。
その結果、「真の幸せな成功者」になれるのです。

おわりに

応援団の作り方、いかがでしょうか？
やることは、単純なことです。
ですが、「そんなにうまくいくのかな？」と不安になる点もあると思います。
当然です。
今までの営業スタイルと根本的な部分で異なりますから。
でも、たとえ不安だからといって今の営業スタイルを続けられますか？
難しいと感じていらっしゃるなら、まずは、学びながら実行してみてください。

第1は、「あなた自身が応援されるタイプの人になる」
第2は、「少ない人脈から応援団を作り始める」
第3は、「応援団の力をお借りして見込み客を集める」
ということです。

必ず、成果が出るはずですよ。
そして、この応援団を作っていく過程で面白いことに気がつくと思います。
それは、ほとんど応援団が自然に見込客またはお客様に変わっているということです。
あなたは、応援団を集めていただけなのに自然に見込客を集めていたという
現象になっているのです。
そうです。
この方法は、急がば回れの究極の見込み客集めの方法だったのです。

さて、あなたは、これから多くの応援団と出会うことでしょう。
その応援団の多さに気付いたとき「感謝」の気持ちが心の底から湧いてきて、
営業スタンスがガラリと変わるはずですよ。
人をセールス対象だけの目で見つめることをやめて、単に売上を上げるためだけでなく、
人のつながりを本当に大切に「喜び」を分かち合う人になっているのです。

あなたが、実践で学んだこのノウハウを周りの人とぜひ分かち合ってください。
狭い世界で同じパイを取り合うようなビジネスではなく、本当の意味での自己実現を
応援団の皆さんとともに目指してください。
実現される過程で、お互いに人生を共に歩く一生の仲間になっていることでしょう。
最後まで読んでくださった皆さんの成功を私は心から応援しています。
私もみなさんの一生の仲間の一人になれる機会があれば光栄です。

また、もっと詳しく新成人アカデミーで学んでいきたいという方に、特別モニターをご用意しています。これからも多くのビジネスマンが「毎日幸せだ」と心の底から思えるような「真の幸せな成功者」になっていただくようサポートしていく所存です。

最後までお読みいただいたお礼にこちらも公開いたします。

【新成人アカデミー用】お金の教育資料
<http://shinseijin.co.jp/up/ssj-okane.pdf>

家族でご参加していただけますので、1人でも学びたい方がいましたら、家族で相談して代表の方がご参加ください。

新成人アカデミー3ヶ月実践講座 100人モニター
<http://raisystem.site/campaign/81/60A3-Y1DE>



C B カ レ ヅ ジ
S c h o o l e a r n i n g m o n e y