

漢字パズルの解答はホームページからご応募できます！

パソコンからのアクセス方法

- 1** メニューのコンテンツを選択
- 2** 季刊cognivisionを選択
- 3** クイズの応募を選択

スマートフォンからのアクセス方法

QRコードを読み取ってアクセス！



- 1** メニューを開く
- 2** コンテンツを開く
- 3** 季刊cognivisionを選択
- 4** クイズの応募を選択

cognivision

2022
Winter
Vol.20



コグニビジョン・チェックアップレポート
質問型営業を取り入れて
売り上げを伸ばそう

コグニビジョンからのお知らせ
web配信機能による車種データの提供のご案内

コグニフォトベースよくある質問
社会貢献活動のご報告

コグニセブン活用術
Vol.8「指数が収録されている車種の一覧を確認する」

漢字パズル

抽選 30名様に
センサー
ディスペンサー
プレゼント！
cognivision
名前入り

触れずに衛生的！
手をかざすと1回分の泡が出ます。
残量が確認できるクリアボトルタイプ。

漢字パズルの解答は
コグニビジョンホームページのみ
からのご応募となります。

応募方法
解答は、コグニビジョンホームページの季刊cognivisionの「クイズの応募」からご応募ください。正解者の中から抽選で「センサーディスペンサー」を30名様にプレゼントいたします。締切は2月28日(月)。解答はコグニビジョンホームページにて発表いたします。
※季刊cognivision 19号 パズル当選者の発表はプレゼントの発送をもってかえさせていただきます。

解き方
下のリストの中から漢字を選んで熟語になるようにマスを埋めていきます。全部入ってから残った文字で作った熟語が答えとなります。

	木	立		浴
下	試	実	系	学
仙	体	直	感	合
冬	入	氷	結	験
物	分	水	鍋	節
	校	大	部	

漢字リスト

解答

商品やサービスは“売ってはいけない”

質問型営業を取り入れて 売り上げを伸ばそう

商品が思うように売れない、新しいサービスが伸びない——。売り上げアップのために様々な施策を行っているものの、結果が出ず、頭を悩ませている経営者は少なくないかもしれません。なぜ売れないのかといえば、それは商品やサービスを「売ろう」としているからです。そうではなく、顧客の方から「買おう」と言っていたら営業ができれば、成約率は飛躍的に高まります。では、どうすればできるのか。それを実現するのが、数々のトップセールスを育ててきた営業コンサルタント、青木毅氏が開発した「質問型営業」です。



説明型営業では顧客は引いてしまう

新車や中古車、エンジンオイル、タイヤ、その他のパーツ、あるいは車体や窓ガラスのコーティングなど、車の修理や整備以外にも、様々な商品・サービスをトータルで提供するボデーショップはあるかと思いますが。それらを目的に来店する顧客も少なくないでしょう。そうした顧客に対して、店側でよくある接客は、最初から商品やサービスの説明をしてしまうことです。「こちらが最新の機能を搭載した今イチオシのモデルです」「従来とは仕上がりが段違いの窓ガラスのコーティングサービスを始めました」など、つい売り込みをかけてしまうやり方で、これを「説明型営業」といいます。こうした従来のセールスの方法では、多くの顧客に引かれてしまい、結局思うように売り上げが伸びない事態に陥る可能性もあるでしょう。

では、どのようにすれば顧客に買っていただけるのでしょうか。それをかなえるのが「質問型営業」です。読んで字のごとく、顧客に対して、セールスの間、とにかく質問を次々と行っていきます。どういうことなのか、一例を挙げて見てみましょう。

質問を繰り返せば思いが見えてくる

例えば、来店時、顧客から「車の購入を検討している」と言われたとします。その場合、最近入荷した燃費が良い車や最新式の安全性能を備えた車を案内したい気持ちをぐっとこらえて、まずは「なぜ、車を買いたいとお考えですか」と質問をします。仮に、「今の車は10年乗っていて、そろそろ買い替えかなと思って」と返答が来たら、「特に、お車に望まれていることは何ですか」と、

また質問します。すると、「今の車は燃費が悪くてね。今度は燃費が良い車だといんだけど」や「もっと安全性の高い車の方がいいのではと思って」など、思いや考えが見えてきます。

そこで、「ということは、もし非常に燃費の良い車があればどうですか」や「より安全性の高い車があるとしたら、どうですか」とまた質問します。それに対して、「そうした車であれば欲しいと思う」と返答が来て、そこで初めて「そんな車がありますよ。実は先日入荷しまして…」と、商品を紹介するフェーズに入るのです。



人は自分が思った通りにしか動かない

このやり取りを見て分かる通り、店側は質問しかしていません。質問をすることによって得られる効果は絶大です。まず、相手の現状が分かります。今使っている車は燃費が悪かったり、安全性能に不満があったりすると

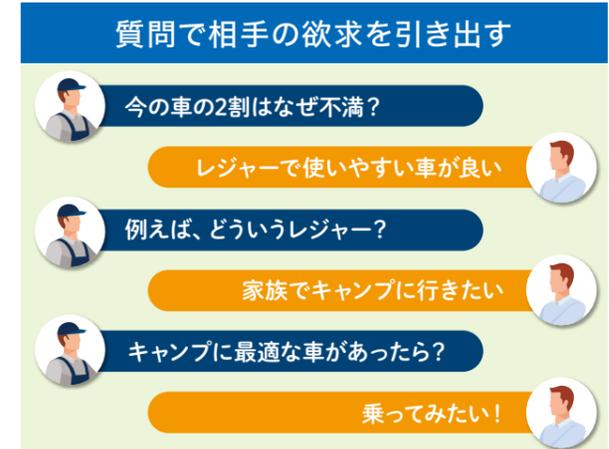
いう現状です。そうした現状は、欲求の裏返しです。すなわち、現状を解決してくれる車こそ、顧客が求めている車というわけです。

ただし、そこで店側から勧めることはしません。「そうした不満や課題を解決してくれる車があったとしたらどうか」と、さらに顧客側に思いを尋ねるのです。なぜなら、「人は自分が思った通りにしか動かないもの」だからです。顧客の口から「そうした車が欲しい」と言ってくることが重要で、その自ら発した思いが購買へと動かす原動力になるのです。

大切なのは顧客の思いを聞き出すこと

その他にも色々な質問の仕方があるでしょう。営業で大切なのは、顧客の思いを聞き出すことです。例えば、車検や修理をしに来た顧客に「今の車にどれくらい満足していますか」と聞いたとします。仮に「8割くらい」と答えたのであれば、「なぜ残りの2割は満足ではないのか」と聞くといいでしょう。「もっとレジャーで使いやすい車が良い」と返答されたら、「例えば、どういうレジャーか」と質問。「家族でキャンプに行きたい」と言われたら、「ということは、キャンプに最適な車があったらどうか」と聞き、「乗ってみたい」と回答を得てから、RVを紹介するといった流れです。

顧客は会話の中で使用シーンのイメージができていくため、RVの提案がスムーズに入ってくるのです。RVの機能を説明する際も、「こうした機能をキャンプで使ってみるとどうか」など、常に質問することを意識します。そうして、セールストークのほぼすべてに質問を入れて、思いを聞くことで、顧客の「買いたい」という気持ちを高めていくのです。



質問型営業が上手にできる3つの言葉

ただ、質問を続けることは、難しいのではと考える方もいるでしょう。しかし、心配は無用です。先に述べ

た例を見ると、あるキーワードが頻繁に出てくるのが分かります。それは「なぜ」「例えば」「ということは」の3つです。「なぜ」で思いや行動の理由を聞きます。そして「例えば」で理由を深掘りして具体的な要因を聞き出します。その上で、「ということは」を用いて、結論を引き出します。

もちろん、事前に様々なトークスクリプトを考えたり、練習したりすることは必要ですが、この3つの言葉をうまく織り交ぜることで、誰でもスムーズに質問型営業を行うことができるようになるのです。

3つの言葉でトークスクリプトを組み立てる



質問するとお役立ちの精神も芽生える

一方、質問型営業には営業する側の心理面にとっても大きなメリットがあります。それは、質問を繰り返して深掘りすることで、顧客の思いや困り事、欲求が、手に取るように分かるようになり、この顧客のために役立ちたいという「お役立ち」の精神が芽生えていくことです。つまり、「顧客に質問」して色々聞くことこそが、営業として純粋に持つべきお役立ちの精神を高めるための重要なポイントなのです。

「売ろう」とする営業と「役に立ちたい」とする営業では、やりがいは全く異なるでしょう。苦手だった営業も楽しくなるはず。質問型営業は売り上げを伸ばすだけでなく、営業する側のやる気アップにもつながる一挙両得のツールと言えるでしょう。

今回のレポートは、米国人材教育会社の代理店においてセールスマン1000人以上の中で、5年間累積業績1位を続け、そのメソッドを基に質問型営業を開発した、株式会社リアイズ代表取締役の青木毅氏に取材し、まとめました。青木氏は、研修などで約4万人の営業を変えた実績を持ち、高い評価を得ています。著書は『3つの言葉』だけで売上が伸びる質問型営業(右)など多数。公式ホームページは「質問型営業」で検索!

web配信機能による車種データの提供のご案内

web配信とは、車種データをインターネットからダウンロードしてコピーする機能です。
DVDが到着するより1週間～10日ほど早く最新のデータを取得することができます。

初期設定を含め詳細はホームページをご確認ください。

※車種データコピーを1度もしたことがない場合、または、車種データを2か月以上更新(車種データコピー)していない場合は、
お手数ですがDVDから車種データのコピーを行ってください。

web配信ボタンから最新の車種データを取得する手順

1 「お知らせ」欄にwebの車種データ配信についての案内が表示されたら「web配信」ボタンをクリックします。

「お知らせ」および「web配信」ボタン表示は、初期設定が必要になります。詳細は、ホームページのよくあるご質問をご参照ください。

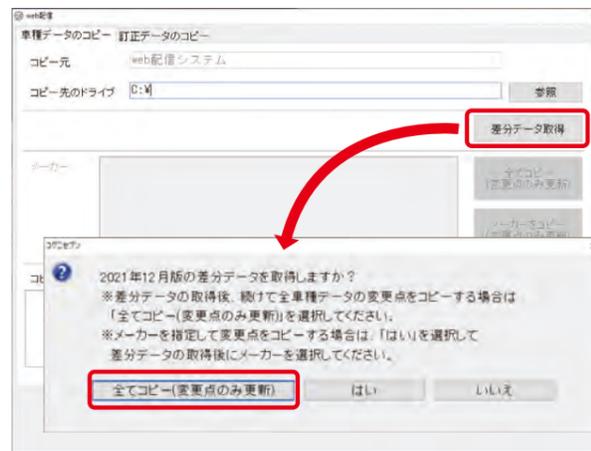
システムバージョンが2.1.1.0以上であることが利用条件となります。



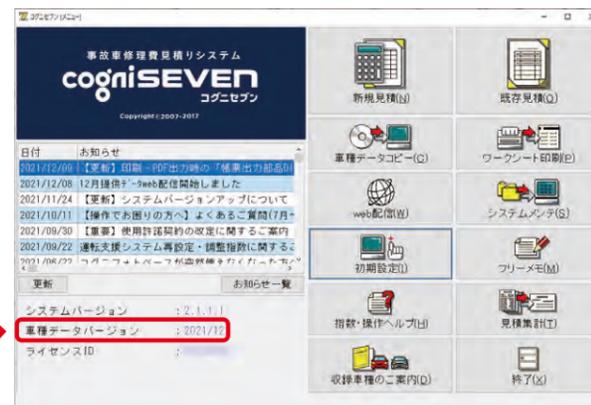
2 車種データのコピー画面で「差分データ取得」ボタンをクリック後、「全てコピー(変更点のみ更新)」ボタンをクリックします。通常はこちらを選択してください。

「差分データ取得」ボタンをクリックした後、「配信中の差分データはありません」と表示されることがあります。この場合は、既に車種データバージョンが最新になっているか、車種データが直近2か月以上*コピーされていない可能性があります。

*web配信でデータをダウンロードできるのは、最大で2か月前までの車種データバージョンが対象となります。



3 車種データのコピーが終了すると、「コピーの結果」欄に結果が表示されます。「終了」ボタンをクリックし、メニュー画面に戻りますと、車種データバージョンが更新されています。



コグニフォトベースよくある質問

～「入力内容が正しくありません」と表示されてログインできない場合の対処法～

コグニフォトベースのログインに関するお問い合わせが多く寄せられています。今回はその中でも多く寄せられているログイン時のエラー「入力内容が正しくありません」の対応方法をお伝えします！

事象

コグニフォトベースへログインしようとする時「入力内容が正しくありません。」というエラーが表示されてログインできない場合があります。
エラーが表示された場合は、以下の【対応方法】を実施いただき、ログインできるかご確認ください。

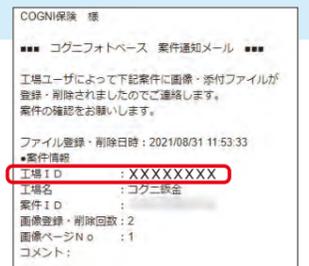


対応方法

ユーザID(工場ID)の桁数に誤りがある可能性があります。

コグニフォトベースのユーザIDは8桁です。
正しいユーザIDが入力されているか、再度ご確認ください。

ユーザIDにお間違いのない場合、Internet ExplorerからMicrosoft Edgeに切り替わってしまっている可能性があります。



下記手順でMicrosoft Edgeの設定をご変更いただき、ログインできるかご確認ください。

操作方法

- 1 Microsoft Edgeを起動します。
- 2 右上にある「[...]」ボタンをクリックし、「設定」をクリックします。
- 3 左側のメニューにある「既定のブラウザ」をクリックします。左側のメニューが表示されていない場合は、左上の三本線ボタンをクリックし、「既定のブラウザ」をクリックします。
- 4 「Internet ExplorerにMicrosoft Edgeでサイトを開かせる」の欄にあるプルダウンを「なし」に設定します。
- 5 「Internet Explorerに戻って以前のサイトを開きますか?」の画面が表示されたら「はい、間違いありません」をクリックし、Edgeの画面を閉じます。
- 6 コグニフォトベースを開き、解消されているかご確認ください。

以上、よくあるご質問のご紹介でした。

詳細は弊社ホームページにも掲載しておりますので、ぜひご確認ください。

また、上記でも改善しない場合はコグニサポート(0120-988-699)までお気軽にご相談ください！



社会貢献活動のご報告

コグニビジョンはSDGsの取り組みの一環として、子どもたちの心身の健やかな成長を支援するため、児童養護施設 社会福祉法人光明会 杉並学園(東京都)、児童養護施設 青葉学園(福島県)へ寄付をいたしました。今回は寄付の取り組みについてご紹介します。

※写真撮影時のみマスクを外しています。

1 社会貢献委員会発足

各部から若手を中心に1名ずつ選出され、社会貢献委員メンバーが決定いたしました！

2 寄付品の決定

東京本店と福島支店をリモートで繋ぎ、皆で意見を出し合って施設に喜んでもらえそうなものを検討し、寄付する品を決定しました。



3 社員から寄付品の受付



寄付品決定後社員へ寄付を募り、多くの社員から寄付が寄せられました！

4 12月9日青葉学園、12月13日杉並学園に訪問

集めた寄付品を杉並学園、青葉学園にお届けしました。今回は施設が希望している日用品のほか、自動車に親しんでもいながらプログラミングの学習もできる「カードでピピッと はじめてのプログラミングカー」と、元気にみんなで遊べるようサッカーボールを寄付し、大変喜んでいただきました！

青葉学園



杉並学園

寄付したもの
(東京・福島合計)

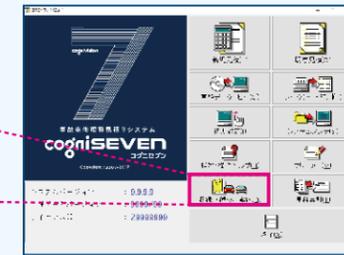
- ・ポケットティッシュ：181個
- ・アルコール入りウェットティッシュ：128個
- ・食器用スポンジ：66個
- ・サララップ：54個
- ・カードでピピッと はじめてのプログラミングカー：2つ
- ・サッカーボール：4個

指数が収録されている車種の一覧を確認する



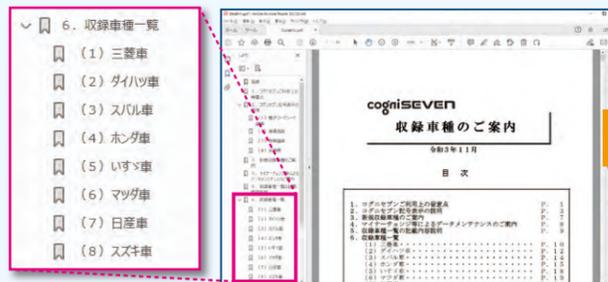
「収録車種のご案内情報」の表示から工賃データを確認するまでの手順

1 メインメニュー画面を表示して「収録車種のご案内」ボタンを押下する

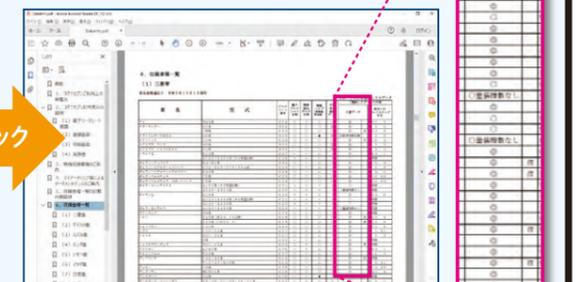


表示させるには Adobe株式会社の Acrobat Readerのインストールが必要です

2 「収録車種のご案内」の表紙が表示されるので、しおりから「6. 収録車種一覧」や「メーカー名」を押下する

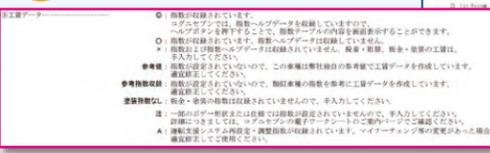


3 収録車種一覧のページまで飛ぶため、工賃データ列から車名ごとに指数が収録されているかを確認する



4 記号の意味について知りたい場合は、しおりの「5. 収録車種一覧の記載内容説明」を押下する

5 「⑧工賃データ」を確認する



この類似車種の指数を参考にして見積りを作成する方法でやってみよう

