

창조적 판매기술

접근의 기법

강 화 수
(세일즈맨 훈련가)



7. 어프로치(Approach)의 기법(技法)

어프로치는 상대방 가망객에게 좋은 인상을 주어서 호감을 사고 세일즈맨인 나 자신에게 상대방이 신뢰하게끔 하여야 하는데 좋은 인상을 주기 위해서는 세일즈맨으로서 기본적인 “매너”(manner)를 지키는 것이 중요합니다. 세일즈맨에게 필요한 “매너”로서 복장, 인사 말, 자기소개법, 명함 내는 방법등 여러가지의 항목이 있으나 무엇보다도 먼저 확립(確立)해야 할 것은 가망객을 대할 때의 세일즈맨의 자세입니다. 마음의 자세라고 할까요.

(1) 가망객에 대하여 감사의 마음을 가질것

가망객이 “만나 주신다” “말씀을 해 주신다”는 사실에 감사한 생각을 갖고 접(接)해야 합니다. 그런 생각을 갖으면 그것이 태도에 나타나고 이식전심으로 가망객이 알게되고 가망객의 태도가 부드러워집니다.

(2) 미소를 잊지말것

가망객에 좋은 인상을 주기 위해서는 얼굴을 맞던 순간부터 따뜻하고 부드러운 미소를 운 미소를 하여야 합니다. 그러기 위해서는 틈이 나는 대로 “치이즈”(cheese) “치이즈” 하는 연습을 해야 하고 욕심같아서는 매일 거울을 보면서 미소의 연습을 해야합니다. 일본의 보험 톱 세일즈맨 “하라 잇페이”(原一平)씨의 미소를 일본에서는 백만불의 미소라고 하고 있는데 그사람은 백만불의 미소가 되기까지 오랫동안 매일밤 취침전 십분간 거울을 보고 미소의 연습을 하였다고 합니다.

(3) 몸 단장

복장을 단정히 하고 면도를 깨끗이 하여야 합니다. 특히 면도를 하지않고 사람을 방문한다는것은 실례입니다. 상대방에 대한 모욕

입니다.

때문은 와이셔츠에 신경이 쓰이고 주름잡히지않는 바지에 신경이 쓰이면 그로서 패전(販戰)입니다.

(4) 상대방에 대해서 선입관(先入觀)을 갖지 말것.

선입관을 갖으면 정확한 판단이 안되는것은 말 할것도 없습니다. 가망객 앞에서는 백지상태로서 상대방에 대하여 흥미와 관심을 집중하여야 합니다.

(5) 상대방의 말을 성의껏 들을것.

어푸로치는 세일즈맨이 일방적으로만 말하는 것이 아닙니다. 상대방이 입을 열도록 기회를 만들어 주도록해야 합니다. 상대방이 빨리 입을 열면 그만큼 어푸로치를 잘 한 셈이되지요. 그리고 상대방이 말을 시작하면 성의껏 들어 주어야 합니다. 경청법(傾聽法)이지요.

실사 고객이 상품이나 메이커에 대해서 나쁜소리를 하더라도 말을 중단시키지말고 상대방의 말을 끝까지 성의껏 듣고 있어야 합니다. 자기의 말을 전심 전력으로 성의껏 경청하는 사람에게는 호감이 가는 법입니다.

(6) 상대방에게 무언가 주고자 하는 마음이 짐을 가질것.

실사 상품은 사 주지 않더라도 가망객에게 플러스가 되는 정보를 주고 상대방 사업에 플러스가 되는 화제(話題)를 제공하는것이 좋습니다. 명랑하고 기쁜 얼굴로 상대방을 즐겁게 해 주는것도 하나의 방법이겠지요.

상대방의 사정을 생각지도 않고 팔 욕심만 가지고 상대방에게 흥미와 관심과 도움이 없는 말만하면 상대방은 혐오감(嫌惡感)을 갖습니다.

이상은 어푸로치를 할때 가망객에게 좋은

이미지를 주기위하여 세일즈맨이 갖추어야 할 심적 태도입니다. 이러한 마음가짐 위에 기술을 구사해야 하겠지요.

8. 어푸로치의 정석(定石)

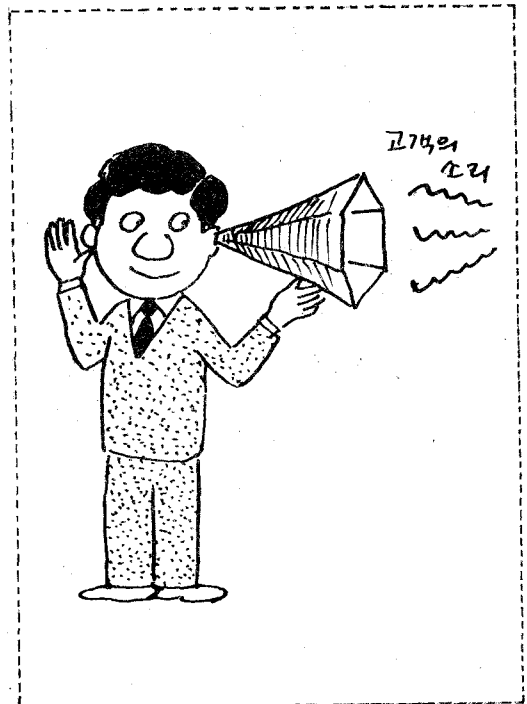
어푸로치의 구체적인 기술에 관해서는 정석(定石)이라고 할수있는 16개의 기법이 있습니다. 그것을 체득하고 상대방 고객의 상황에 따라 몇개를 합쳐 사용 하는것도 좋지요.

(1) 자기소개로 부터 시작하는 어푸로치법.

자기 소개를 하면서 시작하는 어푸로치법입니다. 보통 많이 쓰는 방법이나 이것만으로는는 효과적인 방법이라 할수 없습니다.

“실례합니다. ○○의 김 △△입니다.”

“××자동차의 ○○입니다. 자동차 문제로 사장님을 뵙고싶습니다.”



(2) 타인의 소개에 의한 어프로치법.

제삼자의 소개장, 전화 혹은 동행을 하여 접근코저 하는 경우이다.

소개에 의한 어프로치이기는 하나 고객과는 초대면의 관계라는것을 잊어서는 아니됩니다.

“이 삼일전 김사장님께서 사장님께 전화해 주신 ○○상사의 김 △△ 입니다. 바쁘신데 찾아뵈 죄송합니다.”

“○○공업의 김부장님 소개로 찾아왔읍니다만 구매과의 박과장님을 뵈고 싶습니다.”

(3) 면식(面識)에 의한 어프로치법.

상대방과의 어떤 관계에서 면식이 있었던것을 인용하면서 어프로치하는 법입니다. 부지초면으로서 어프로치하는 것이 아니고 상대방과 면식관계를 인용하므로써 경계심을 풀도록하는 어프로치법입니다.

“지난번 ○○상회의 개업 파티때 뵈은것 같습니다만 저는 이런 사람입니다.”

“TV 광고에서 보셨을줄 압니다만 ○○실업에서 왔읍니다. 김 ○○라고 합니다.”

“사장님 친구이신 ○○공업의 김사장님과 이 삼일전 세미나에 사장님 말씀을 듣고 오늘 찾아보았읍니다.”

(4) 사전 접촉에 의한 어프로치법.

상대방을 방문하기 전에 “다이렉트메일”(Direct mail)이나 자료등을 송부하고 또는 카다록이나 기타 자료등을 투입한 후 그것을 들먹이면서 어프로치하는 방법입니다.

“이 삼일 전 카다록을 보내드린 △△센타의 ○○입니다. 죄송합니다만 카다록을 보셨읍니까?”

“이 삼일 전 자료를 우송해드린 ○○의 X X입니다 설명해드리기 위해 찾아보았읍니



다.”

(5) 선물에 의한 어프로치법.

조그마한 물건이라도 선물을 받아 싫어하는 사람은 없습니다. 가망객에게 선물을 드리고 상대방의 관심을 이끌려는 방법은 옛부터 내려온 기법입니다.

상대방이 법인 즉 단체일때에는 여러 사람이 나누어서 쓸수있는 것이거나 같이 쓸수있는 물건이러야 되지요.

“○○상회의 ○○○입니다. 개점 일주년의 기념품입니다. 여러분께서 같이 써 주시면 감사하겠습니다.”

“새로 발매한 어린이 노리개입니다. 백의 아이들에게 갖다 주십시오. 실은 저는 이러한 사람입니다.”

(6) 조사에 의한 어프로치법.

조사를 위하여 방문했다는 형식을 취하는 어프로치는 하기가 쉽습니다. 앙케이트 용지를 갖고 질문을 반복하면서 상대방이 가망객인가 아닌가를 판단합니다.

자급적 조사는 조사로 그치고 뒷날 감사하다는 뜻에서(기념품을 휴대하면 더 좋고) 인사점 방문 어프로치하면 효과적입니다.

“○○생명보험의 ○○○입니다. 오늘은 저축의 날이어서 보험에 대한 앙케이트를 받기 위하여 찾아왔습니다. 바쁘신중 죄송합니다만 이 삼분이면 되겠습니다. 죄송합니다.”

“사무의 합리화에 대한 데이터를 수집하고 있습니다만 실은 저는 이런 사람입니다.”

제안에 의한 어프로치법

가망객에 이익이 될, 도움이 될 제안을 제시하는 어프로치법입니다. 제안의 내용은 상대방의 필요성(needs)과 상황을 정확히 파악한 연후에 성공 실례를 인용하면서 어프로치하는것이 효과적입니다.

“연료 절약에 대해서 이러한 방법은 어떻겠습니까? 틀림없이 흥미를 갖어주실 줄 생각합니다만...”

“기뻐해주실 제안을 갖고 왔습니다. ○○공업에서도 대단히 좋아하시고 채택하였습니다. 저는 이런 사람입니다.

(8) 아이디어 제공에 의한 어프로치법.

제안형 어프로치법의 응용형입니다. 가망객이 직면해있을 문제의 해결에 관계되는 아이디어를 갖고 접근하는 방법입니다.

“자동차의 연료비가 월 이할이나 싸게 먹히는 아이디어를 말씀드리고 싶습니다.

실은 저는 ○○산업의 ○○○입니다.”



“육조 설치비가 삼십프로나 절감되는 방안이 있습니다만 이 삼분 시간을 허용해 주시겠습니까? 저는 ○○공업의 ○○○입니다.”

(9) 질문에 의한 어프로치법

사전에 상대방이 관심을 갖을 질문을 준비한후 질문을 하므로써 접근하는 방법입니다. 이러한 질문은 단순히 YES, NO 만으로 대답이 되는 질문으로서는 않됩니다. 답을 알 수 없는 질문을 반복하면서 접근하고 접근하고 또 접근하는 방법입니다.

“참 좋은 자동차입니다. 이차 같으면 10당 몇키로 정도 될수 있습니까?”

“아이들의 조기(初期) 교육에 대해서는 어떻게 생각하십니까?”

(10) 한정에 의한 어프로치법.

사전에 시간을 한정한다든가, 상품의 설명만 하겠다든가 하여 꼭 팔 의사가 없음을 암암리에 느끼게 하고 설명의 기회를 얻기위해 접근하는 방법입니다.

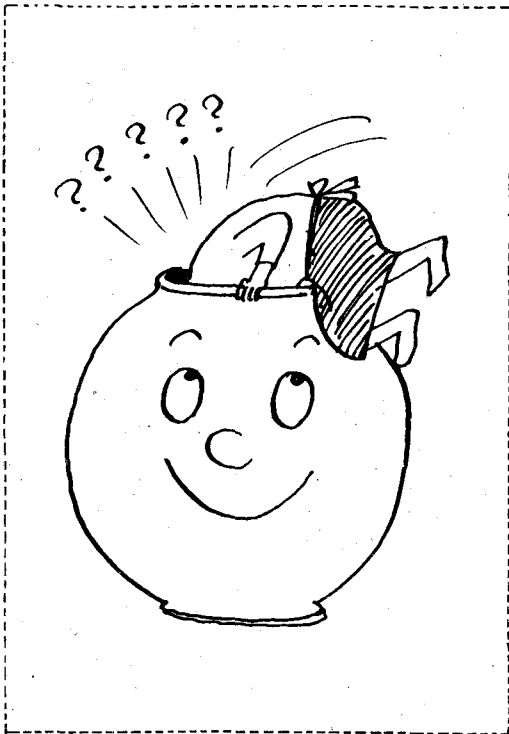
“시간을 허비시키지는 않겠습니다. 오분 동안만 이야기를 들어주실수 없겠습니까?”

“사장님 설명만 들어주십시오. 사 달라고는 하지 않겠습니다.”

“설명을 듣고 싶으시면 고개만 옆으로 흔들어 주십시오. 그때 아무말없이 깨끗이 나가겠습니다.”

(11) 이익유도에 의한 어프로치법

가망객이 흥미와 관심을 갖도록 특별히 제공할 수 있는 이익이나 서비스 혹은 특별한 기회라는 것을 암암리에 알리면서 상대방을 유도하는 접근법입니다.



“지금이 찬스입니다. 다음 달에는 인상될 것입니다.”

“금주로서 특별 할인 주권이 끝납니다.”

(12) 호기심에 호소하는 어프로치법

상대방의 호기심에 소구(訴求)하는 표현이나 연출(演出)로서 상대방의 관심을 이끄는 방법입니다.

효과있는 방법이나 상대방이 계약에 걸렸다는 생각을 갖지 않도록 해야합니다.

“보십시오. 지금것과는 전혀 다르지요. 여기가 새로운 방식으로서...”

“아직 일반에게는 발매하고 있지않습니다만. 이것이 당사의 획기적인 신제품입니다. 실은 저는 ...”

(13) 실물에 의한 어프로치법

상품에 따라 할수있고 없고 하지만 고객에게 상품을 주어서 그 상품의 좋은 점을 고객 자신의 감촉에 의하여 확인시키는 방법을 취하는 접근법입니다.

“받아 보십시오. 이렇게 가벼운 ○○은 처음이지요.”

“이것이 당사의 신제품입니다. 여기 붉은 보턴을 눌러보주십시오. 전혀 소리가 나지 않지요. 아 참 저는 ○○ 상사의 ○○○이라고 합니다.”

(14) 일상이야기로 부터 시작하는 어프로치법.

일상이야기를 시작하여 자연스럽게 세일즈에 이행(移行)해가는 접근법입니다.

여성상대의 세일즈의 경우에는 효과있는 방법이라고 하고 응용 범위도 넓습니다. 특히 칭찬의 말을 사용하면서 일상이야기를 시작합니다.

“정원이 참 좋습니다. 이나무가 카이쓰까 향나무지요? 카이쓰까 향나무 하나에 백

만원, 백오십만원 자리도 있다고 들었습니까
다만 이나무 같으면 오십만원 정도 가겠네요?
요?

필자가 보험회사에 재직시 우적사원의 세
일즈 경험담(성공담)을 듣고 강령을 해야
할 기회가 있었습니다. 중견 여자 보험 세일
즈우먼 김여사가 늦은 봄날 약수동 중류가정
을 방문하였더랍니다.

대문이 잠겨있지 않아 녹크를 하고 쉽게
들어갈수 있었답니다.

그집 사모님이 꽃밭에 물을 주고 있었기에
“사모님 안녕하십니까? 저는 ○○생명 보
험 성동영업소의 김이라고 합니다.”

냉랭한 표정으로

“보험들으라고 오셨지요? 우리는 보험 안
들어요. ... 그리고 보다시외 나는 지금 좀
바쁩니다.”

“죄송합니다. 사모님.”

그때 그집 응접실에서 피아노 소리가 났더
랍니다. 그쪽을 보니 꼬마가 응접실 창문을
열어 놓은채 피아노를 치고 있었습니다. 김
여사는 그 피아노 곡이 바이엘 XX번인 것
을 알았습니다.

“사모님 응접실에서 피아노 치는 아이가
따님이십니까?”

딸인지 아들인지가 문제가 되는것은 아니
지요. 말을 하게끔 질문을 한 셈이지요.

“우리 딸입니다만 왜요?”

“몇살먹었습니까? 스, 님”

“여섯살 먹었습니다. 오, 요?”

“여섯살 먹는 아이가 벌써 바이엘XX번을
칩니까? 직업상 여러 가정을 방문하다 보
면 아이들의 피아노레슨하는 것도 많이 보
니다만 여섯살 먹는 아이가 바이엘XX번
치는것은 처음 봅니다.”

“.....”

“사모님께서도 대학에서 음악을 전공하신
것은 아닙니까?”

“네—실은 이대(梨大)에서 피아노를 전공

했지요.”

“그러면 그렇지요. 여섯살먹는 아이가 바
이엘XX치는것은 드문일입니다. 그리고 참
잘도 치네요.”

“그런데 아주머니도 음악에 대해 조화(造
諧)가 깊네요.”

“부끄럽습니다만 그렇지못합니다. 귀동냥
이지요.”

“그런데 보험때문에 오셨다 했지요? 어떤
보험을 많이 들어요? 다른사람들은?”

(15) 연출(演出)에 의한 어푸로치법

지금 면회를 하고싶다는 전보를 치며 아침
일찍 자택을 방문하며, 때로는 상대방이 잘
가는 이발소등에 대기하며, 혹은 상대방이
잘가는 “빠”등에 대기하면서 상대방의 자존
심을 살리고 관심과 호감을 사서 접근하는
방법입니다.

그 수단방법은 얼마라도 있겠지만 상대방
의 성격과 상황에 맞추어야 하지요.

“오늘이 아드님 ○○군의 생일로 알고 있
습니다. 축하드립니다.”

“바쁘신것 같습니다. 도와드리겠습니다.”
상점의 경우입니다.

(16) 계속에 의한 어푸로치법

이것도 옛부터 효과있는 접근방법입니다.
거절을 당하면서도 계속 방문하고 반복하
여 자료를 우송하고 반복하여 서신을 보내고
고 하여 상대방이 이쪽의 열의에 굴복하겠
끔 하는 접근법입니다.

큰 가망객을 개척할 때에는 끈기 있게 이
방법을 써야합니다. 그러기 위해선 세일즈맨
은 끈기가 있어야 하고 적극적이어야 하고
능동적이어야 하지요.

끝으로 언급하고 싶은것은 접근때에는 제
절에 관한 말 서로 아는 친구에 관한 말 상
대방 취미에 관한 말을 많이 써서 공통의 대
화의 광장을 설치하고 친숙한 무—드를 조성
하는 친숙공작이 필요합니다.