

顧客心理を読み取る技術！

【「聞き上手」より「聞き出し上手」】

こんにちは。

「インタビューとは話を聞くことではなく、話を聞き出すことである」

民衆のジャーナリストとして敬愛されていた故黒田清氏の言葉です。上手なコミュニケーションの秘訣として「聞き上手であれ」と言われますが、相手の話になぜか聞いているだけではただの「聞き役」です。営業トークの最終的な目的は、「相手の本音や欲求を探って商売を円滑に進めること」です。つまり交渉では、「聞き上手」というより「聞き出し上手」であるべきなのでしょう。実際、ネゴシエーターと呼ばれるプロの交渉人たちは聞き出すことで信頼関係を作り、最終的に相手の「イエス」を引き出すそうです。

聞き出すには話を掘り下げる必要があります。と言っても相手を質問責めにするわけではありません。

あるインタビュアーによれば、「例えば」と「なぜ」を意識的に使うのだそうです。試合後の監督インタビューを例にしてみましょう。



「今日の勝因は何でしょう?」という質問に「戦術がうまく機能したことだろう」と監督が答えたとします。ここでサラッと流してしまったら話を掘り下げることはできません。聞き出し上手なインタビュアーはすかさず、「それは例えば選手の起用が・・・」などと重ねて質問し、より具体的な話題に持っていきます。

「例えば」が具体性を導き出す言葉なら、「なぜ」は相手の考えを引き出す言葉だと言います。「なぜ戦術が機能したのでしょうか?」と質問すれば、監督は自分の考えを話してくれるはずですが、単純なことですが、相手が答えやすいように質問すると話は自然と深まって盛り上がります。上手に聞き出すための質問テクニックは色々ありますが、とりあえず覚えておいて損がないのは「例えば」と「なぜ」。相手が無口ならなおさらのこと、「例えば」や「なぜ」でこちらがリードしていかないと、話を聞き出すどころか終始一般論で終わってしまいます。

人はそう簡単に本音や欲求を見せません。特にビジネスともなれば、お互い腹の探りあいです。相手の言葉を鵜呑みにすると判断を誤ることもあります。かと言って裏読みしすぎると、墓穴を掘ったり勝手な思い込みで暴走したり、やはり適切な判断に欠けます。相手の「こうしたい」「こう思う」といった言葉の背景には何があるのか。何が相手にそう言わせるのか。それを探るために「例えば」と「なぜ」を繰り返し、核心に近づいていくのです。

その際、話の進め方として押さえておきたいことがあります。交渉を成功させるポイントは「大事なこと」を先に伝えること。最後にドカーンと逆転ホームランを狙うようなやり方は交渉の場では逆効果です。特に悪い情報ほど早めに出し、良い情報は小出しにしていく。これはネゴシエーターが交渉の現場で実践しているテクニックでもあります。