2022-03-14

**譯者**．**陳如月**

像「快棋」的MR活動

 需要的不是「假設」，而是銷售的「基本動作」

# 原文作者Pygmalion公司董事總經理柏惠子(以下以『我』表示)。

# 我是人力資源開發顧問和培訓講師。專業是經營理念的貫徹和銷售能力的強化。原本是在貿易公司從事水產品買賣的女性，從此進入人力資源開發領域的世界17年。應用自己的經驗從事各種行業的銷售培訓。

在1月24日的專欄中，我解釋了為什麼會出現「明明說明得很好，卻賣不出去。」的情況。重要的是傾聽的能力而不是表達的技巧，在不了解對方的感受和真實想法的情況下，不可能與對方建立良好的關係。特別是如果你需要在線上在更短的時間內完成它。

在培訓的商務協商場合，和想進行簡報研修的部門負責人和教育負責人反覆討論後，他們終於明白「傾聽能力」比「溝通能力」更重要。問題就在這裡。

很多製藥公司都說 ：「傾聽部分，從以前開始就好好地進行訓練了。」「銷售技巧方面，我們透過全球培訓提供支援，沒有什麼特別的問題。」「學習以病患為中心的傾聽能力過程。」而且在每ㄧ句話之後，都含有「所以傾聽技巧部分沒問題」的語氣。

那麼，為什麼沒有成果呢？問題大多是因為設想「醫師對公司產品感興趣的情況」和「醫師已經對公司產品的對象病人進行診察的情況」進行培訓。也就是說，起頭太狹隘，一旦跨越了那個起頭，就可以充分地使用所學的東西，但如果無法進入那裡，大部分情況下都沒準備對應的方法。

因此，MR想辦法進入那個學習的過程和準備的「以病患為中心的假設」，會用慣用的一句話「有沒有患有 XX 病的病人？」如果被告知「現在沒有那樣的病人」，那就結束了。令人遺憾的是，在研修的場合會有很多和MR的角色扮演，但是會有「有沒有患有 XX 病的病人？」 和「實際上……」之間的對話容易縮短的往往是病人總數較少的MR。大概是被否定的情況很多吧，現場的辛苦在角色扮演中反應得淋漓盡致。

在這種情況下，一般銷售人員會怎麼做呢？不想進入一個設想的路線（假設），而是專注於「了解對方」的人，結果會更好。因為它不需要太多的專業知識，所以是習慣了「靈活的對應」。

與一般的銷售人員不同，在這種情況下，MR難以應對的是根據領域和產品的不同，醫師的興趣和關心程度也不同，而且情況會發生變化，總體訪談時間短的情況比較多，為了觀察對方的反應，對狀況的判斷都在加快。用象棋比喻的話，就是幾乎沒有思考時間的「快棋」。

在這種情況下，需要的是作為銷售的「基本動作」。基本動作很多，要說一個，那就是反應能力。這是因為如果能掌握很多配合對方進行對話的技巧，就可以從預想之外的途徑接近醫師的真實想法。

最好不要拘泥於大量事先準備好的資訊和假定的路線，讓對話更有彈性，並將必要的資訊說成「就是這個吧！」，拿出來給對方看，雖然像快棋的狀態下會很著急，但是效果很好。

(資料來源：医薬経済WEB)