

コーチングの見込み客と 出会うための戦略と戦術

コーチを仕事にする人が、将来のお客様に出会うための
基本的な考え方と行動のしかた

今日のセミナーでは・・・

今日は見込み客を増やす話をします。

営業活動には、「見込み客」が欠かせません。

これは、有料クライアントでも無料クライアントでも同様です。

つまり、「コーチングを受けてくれる人」を探しに行かなければならないのです。

見込み客を増やすにも、いろいろな戦略・戦術があります。

その中で、セールスやマーケティングの専門性がなくても

着実に実行できる方法と、それを実行するメンタルについてお伝えします。

見込み客は誰か？

「見込み客を集める」ためには、
その「見込み客」が誰なのかを決める必要があります。

いわゆる「ターゲティング」というやつです。
これが明確でないと、「集客」という視点では不利になります。

コーチがターゲティングをする上で、最も重要なのが
「ステップ1～2」なのです。

見込み客は誰か？

ステップ1) 事例と実績を作る

ステップ2) お金をもらう経験をする

この、ビジネスにする前の段階で、
いろいろな人にコーチングを提供すると、
自分のコーチとしての傾向が見えてきます。

見込み客は誰か？

どんなクライアントだとやりやすいのか
どんなクライアントのときに楽しめるのか
どんなクライアントが相性が良いのか

この、「やりやすい」「楽しい」「相性がいい」と思える人が
あなたの「ターゲット」になります。

あなたが「この人にクライアントになってほしい」と思う人の
共通点を見つけてみましょう。

どうやって見込み客に出会うのか？

あなたの「見込み客」がどんな人かがわかったら、その人に出会う方法を考える必要があります。

見込み客に出会うための質問は、

「その人がよく行く場所、参加する場所はどこか？」です。

少し違う質問をすると、

「ターゲットはどこにいるのか？」です。

主婦なら、

会社員なら、

経営者なら、

営業マンなら、

・・・それぞれ、「いる場所」が違うのです。

どうやって見込み客に出会うのか？

富山県で一番と言われるコーチの体験談

「私は独立してから、コーチの集まりには参加してないんです。

ずっと、経営者のセミナーや団体に参加していました」

見込み客開拓の、もう一つの視点

「ターゲット」から考える視点の他に、
もう一つ、開拓するときに考えるべき視点があります。

それは、「あなたの好み」です。

あなたが行って楽しめる場所

あなたが好きだと思える場所

こういうところでなければ、営業活動はできません。

集客のために我慢して、好きでもないところに出かけるのは
お金と時間と労力とメンタルの無駄遣いです。

自分が楽しいところに出かけていく

あなたが「楽しい」「好きだ」と思える場所には、
その場所を「楽しい」「好きだ」と思う人がいます。

つまり、あなたと似た趣向・似た価値観の人が集まっています。

似た価値観を共有している同士ですので、
自分が無理をしないでも、関係を構築しやすいです。
自然体で、見込み客と話すことができやすいのです。

売上を優先すると・・・

ビジネスですから、当然売上はあげなければなりません。

ですが、売上のために自分を曲げると、
コーチとしての影響力が下がります。

だから、ターゲットを決めるときも、

「ニーズがある人」「お金がある人」という視点だけで決めると
好きでない人、応援したいと思えない人に
コーチングを勧めなければならないかもしれません。

「儲かりそうな場所」「ビジネスになりそうな場所」でも、
あなたが楽しめない場所に出かけていこうとすると

「営業＝苦痛」となり、続けることができなくなります。

というわけで・・・

コーチが見込み客を開拓するとき、
取るべき戦略は、「自分を起点とし」「顧客視点を加えて」
「その市場に出かけていく」ということになります。

- ・自分が好きだ、応援したいと思える人は誰か
- ・そういう人は、どんなところに行けば会えるのか
- ・その中で、自分が行って楽しめる場所はどこか

これを見つけるために、最初は可能性の有りそうなところには
どんどん足を使って出かけてみましょう。

行ってみないとわからないことはたくさんあります。

見込み客を見つける上で、最初にする事

異業種交流の場やセミナー、サークルなど、
「ターゲット」に会う場所に出かけたときに、
やってはいけないことと、やるべきことがあります。

特にコーチングのクライアントを探す上では、
【コーチングを受ける人を探しに行く】ことは
やらないほうがいいでしょう。

見込み客に会いに行った場所で、あなたがすべきことは
【長くお付き合いしたいような友達を作る】ことです。

その上で、注意

「自分が応援したい」という思いを起点にするのですが、ビジネスにする上では、気をつけるべき点があります。

それは、「支払能力があること」です。

学生さんをターゲットにすると、1000円をもらうのも大変です。彼らは基本的にお金を持っていません。

ステップ1～2のときは、場数を踏むためにお金がない人にもコーチングしてみるといいですが、彼らは「お客さん」にはなりません。

ここはビジネスですので、ステップ3以降では注意しましょう。

まとめ

私たちコーチは、一人で見られるクライアントには限界があります。

抱えられるクライアントは、だいたい10～20名。

それ以上だと、関わりが薄くなってしまいます。

だとしたら、その10～20名は、厳選すべきです。

自分が応援したい、助けになりたいと、心から思える人をあなたが選んで、クライアントにすべきです。

あなたが本気で、その人の力になりたいと思える人に会いに行きましょう。