

# 提案営業実践セミナー

## 落とせない商談を確実に決める急所

和田創研

**和田 創**

Copyright ©2015 by Sou Wada

《本テキスト使用に関する注意点》

本テキストの内容に関する著作権は、和田創研代表・和田創にあります。

本テキストの一部または全部を複写・複製・翻訳・掲示・転載・送信・配信すること、および各種媒体に入力することは、著作者の文書による許諾がある場合を除き、著作者の権利侵害となります。

読者の皆さまへ

本コンテンツは、和田創著作『結果を出せない営業はこう立て直す』から特典を抜粋したものです。『結果を出せない営業はこう立て直す（308頁）』は和田創研のホームページでPDF無料版を差しあげています。登録などの手続きは一切不要です。

[PDF無料版]

ダウンロードは、[こちら](#)で！（一瞬で終了）

つきましては、ダウンロードしたご本人の自己学習のための利用に限ります。本書の著作権は和田創に留保されます（著作権フリーに非ず）。

[kindle版]

定価：800円（税別）

お買い求めは、[アマゾン](#)で！



## ◇ “本物の提案営業”を指導

和田創研が目指すところは、おもに中小・中堅企業、地場企業を強く大きくすること。厳しい環境下での「勝ち残り」にフォーカスし、大胆な発想と斬新な知恵により成長持続と社業発展をサポートしています。

その一環として、私・和田創が講師を務め、交通便利な東京・銀座会場で、おもに経営層を対象としたさまざまな公開セミナーを行っています。

本書ではそのなかから「提案営業実践セミナー」を取りあげます。

私は1990年代後半から、新聞社や雑誌社、銀行系セミナー会社などで「提案営業セミナー」の講師を務め、根強い共感と支持を得てきました。これまでの開催回数と参加者数は膨大です。

本セミナーは、その超ロングセラー講座に思い切った改訂を加え、内容の大幅なパワーアップを図ったものです。

成果の上がる“本物の提案営業”を明快かつ端的に指導します。

## ◆提案営業への嘆き

公開セミナーの参加者が休憩時間などに私にしばしば嘆くのは、「提案営業で数字を悪くしていると思えない」でした。おもに営業課長や営業所長などの中間管理職の声です。私が見聞きした実態もそうでしたので、「まったく同感です」と答えています。「部下が提案営業をやって困っている」という率直な悩みをぶつける方さえいます。

「提案営業」が浸透するとともに、その効果を疑問視する声も大きくなりました。

それもそのはずで、多くの会社や職場でいうところの「提案営業」のほとんどは、「商品推奨営業」か「御用聞き営業」のいずれかです。その程度の中身をわざわざ文書に仕立てていたら、数字を押し下げてしまいます。

例えば、社長が高らかに「提案営業」を掲げます。業績をよくしようとして旗を振っているのですが、現場で提案営業が“目的”と化しやすい。とくに社員が提案の表面的なテクニックを覚えると、営業の本質からどんどん遠ざかっていきます。

私は、「営業とはパソコンでなく顧客である」と述べています。キーマンとの粘り強いやり

取りを端折り、資料の作成へ走るのは論外！

実は、提案営業で成果が上がらない原因をつかみたくて、私の公開セミナーに参加する社長や営業管理者が少なくありません。もともと数字を伸ばすための提案営業であり、そうならないとしたらまるで別物です。

本セミナーでは、提案営業に関する誤解を排し、理解を深めていただきます。

私は、疑問が解けた参加者がすっきりとした表情で帰っていくのが何よりの喜びです。社員が提案営業を行えるのに業績が悪いなどということは絶対にありません。

#### ◆本セミナーの特色

国内では、将来にわたって顧客が減り、その予算が縮みます。ますます商品が売れなくなり、ますます仕事が取れなくなるのは分かりきったことです。そこを何とかするのが営業の使命であり存在意義です。

とはいえ、売ろうとしても売れないとの認識が本セミナーの出発点となります。その業績は

社員が売ろうとした結果なのです。

ならば、どうすべきでしょう？

そこで、必須となるのは、営業活動のありようを決定づける「営業観」、それに基づく意識と行動の大胆な転換を社員に促すことです。

そもそも営業の仕事とは、商品を“売る”ことでなく、顧客に“役立つ”ことです。それができないとしたら、顧客が主役の環境下で望ましい数字など残せません。

提案営業は、商品を売るための“方便”でなく、顧客に役立つための“手段”であると肝に銘じてください。

本セミナーでは、これまでのやり方を改め、お客さまから選ばれる営業に生まれ変わっていただきます。

売れなければ、営業の原点に立ち返るのが近道です。

そして、それによりプレゼンテーションの成功率、コンペティションの勝率を高めます。営

業活動では落とせない商談があり、それを確実に決める急所が学べます。

#### ◆提案営業の定義

顧客はたいてい商品で“腹一杯”であり、しかもその商品はおおよそ“横並び”です。提案営業の根底には、「自社の商品売る」と「顧客の役立ちを売る」のでは、どちらがたやすいかという根源的な問いかけがあります。

楽で確かなやり方を行っていないとしたら、成績は振るいません。

ここで、「提案営業」の定義を明らかにしましょう。思い切り簡素化すれば、わずか2つの要素から成り立ちます。

第1は、課題の明確化。第2は、解決策の提示。

これは提案営業の工程と言い換えられます。「役立ち」と呼べるのは、課題解決への貢献がはっきりと認められるときだけです。

さらに、提案営業の定義を発展させましょう。

**第1は、顧客理解。第2は、顧客貢献。**

顧客理解とは、「情報収集」のこと！ 法人顧客については経営や業務における課題を掘りさげて知ります。個人顧客については人生や生活における課題を掘りさげて知ります。

提案営業では、売るものの手がかりを顧客の側に探ります。売るものを自社の側が決めると、提案営業と正反対の推奨営業になります。

顧客貢献とは、「提案」のこと！ 提案営業では、顧客の役立ち、具体的には課題解決の仕組みを売ります。それはハードやソフト、サービスなどの商品の複合となります。単一商品だとストレートに競合他社と価格を比べられるからです。

もうお気づきのことと思いますが・・・。

**提案営業では「提案」を重視しません。**

提案など、「情報収集」の結果にすぎないと考えるのです。情報収集は「インプット」、提



案は「アウトプット」という関係です。情報収集が充実すると、提案が充実します。

### ◆収益伸長の決め手！

明確化した「課題」の大きさが、提示する「解決策」の大きさを決定づけます。課題が1から2、3、5、10に増えれば、おのずと解決策が膨らみます。つまり、先に述べた課題解決の仕組みとなり、結果として「付加価値」「差別化」につながります。「見積書」は解決策に基づいてつくるので課題と解決策、したがって課題と収益は正比例の関係となります。

営業担当者の成績の差とは、顧客理解の大きさの差にほかなりません。

成績を伸ばすには、顧客理解を大きくします。

顔出しでいただける引き合いや注文は減るばかり。そこで、「顧客志向」に頭を切り替え、「顧客理解」に力を尽くすことにより、「商機の探索」と「ニーズの発掘」を図っていきます。

つまり、こちらがきっかけをつくり、案件に育てます。

そして、その決め手となるのが「顧客理解」の掘りさげなのです。提案営業では、顧客の抱える課題を突き止めることに全力を注ぎましょう。

#### ◆売り上げづくりは総力戦

営業が頑張っても満足な結果を残せなくなり、企業が生き残るには売り上げを増やすほかにありません。

あまり大きな数字は望めないにしても、顧客と接触する機会の多い社員に営業の機能を担わせるようになりました。

その代表格が技術・サービススタッフです。

縮小市場で収益伸長を図るカギは2つです。

第1は、既存顧客との継続的なつきあい。

技術・サービススタッフは顧客との密着度が高く、次に何が売れそうかをつかみやすいのです。

第2は、収益源のシフトへの対応。

技術・サービススタッフはソフトやサービスに強く、商談の利益率を高めやすいのです。私が行う「提案営業研修」では、彼らが受講者の過半を占めることが珍しくありません。技術・サービススタッフは現場に入り込み、商品利用の実態に精通しています。

不平や不満、不都合や不具合など、顧客の「問題点」をよく知る立場です。

それは「ソリューション」の救いを待つシグナルといえ、自社にとり商機、つまりビジネスチャンスにほかなりません。

顧客への働きかけの糸口は、技術・サービススタッフの主導で見出すほうが現実的です。ちょっとした提案営業は彼らのほうが断然やりやすいのです。

商品知識や技術情報に強い技術・サービススタッフが営業を兼ねるなら自社も助かるし、顧客も喜びます。「売るのは営業」という固定観念にとらわれていては、前年割れや目標未達が避けられません。

営業がつくる数字に、技術・サービスが数字を上積みできるなら、業績に弾みがつきます。彼らが営業活動に本格参戦するのは必然的な流れであり、確たる営業マインドと営業スキルを

備えなければなりません。

もしも業績が思わしくなければ、売り上げづくりは“総力戦”でのぞむべきです。

#### ◇本セミナーの内容構成

さて、本セミナーは、「提案営業」と「営業提案書」の2部構成となります。

具体的なプログラムは以下のとおりです。

##### [第Ⅰ部] 提案営業の進め方

##### 1. 確実に成果につなげるポイント

これまでの勘違いを拭い去り、提案営業を正しくとらえ直していただきます。合わせて、営業の仕事に関する根本の認識と思想をがらりと改めます。社員が頑張っているにもかかわらず成績が伸び悩んでいるとしたら、この根本をはき違えていることに気づかないまま懸命な努力を続けているからです。

##### 2. 提案営業、本物の条件と手続き

提案営業の基本と提案の概念を学びつつ、顧客理解の勘どころ、提案内容の勘どころをつかんでいただきます。課題の析出の手順、解決策の具体化のポイントについても学びます。提案営業における役立ちの具体的なイメージが湧いてくるでしょう。

## **[第Ⅱ部] 営業提案書のまとめ方**

### **1. 顧客の納得を引き出すポイント**

いわゆる「提案書」のほとんどは単なる販売資料にすぎないことをわきまませましょう。顧客をとらえる提案書の本質と役目をつかんでいただきます。そのうえで、提案書による商談をかならず決める最大の要諦を学びます。

### **2. 手間をかけない提案書の作成法**

#### **A. 「課題」のまとめ方 ～顧客理解の核心**

提案書と呼べる最低の要件はシンプルな2部構成であることを学びます。そして、顧客への“診断”に当たる課題をまとめるコツをつかんでいただきます。

#### **B. 「解決策」のまとめ方 ～顧客貢献の核心**

課題という診断に基づき、解決策という“処方”をまとめるコツをつかんでいただきます。また、ライバル商品から自社商品へ買い替えを促すコツをつかんでいただきます。

#### **C. 「効果」のまとめ方 ～ベネフィットの描写**

いかなる顧客も商品でなく、その利用による効果を買うことを学びます。そして、相手にし  
っかり響くように効果をまとめるコツをつかんでいただきます。

#### D. 「表紙」のつくり方 ～顔の魅力の演出

顧客の関心を喚起するだけでなく、食欲を刺激することの大切さを学びます。タイトルをど  
う打ち出すかなど、訴求力の高い表紙をつくるコツをつかんでいただきます。

#### ◆ぜひ、ご参加を！

営業担当者の成績を決めるのはむしろ顧客です。数年来の不振は、顧客が「このままではダ  
メだよ」とシグナルを送っているのです。イエローカードがレッドカードに変わる前に、結果  
を出せない営業を改めてください。

「提案営業」とは、末永くつきあいたい優良顧客への働きかけです。

ポテンシャルの高い既存顧客の深耕や拡大、新規顧客の開拓を目指し  
ています。

そのためには“真の貢献”に徹することが大前提となります。

本セミナーでは、顧客のベネフィットにフォーカスし、その最大化を追求する“本物の提案営業”について分かりやすく解説します。また、提案営業の最重要ツールとなる「提案書」の作成法についても使いやすいフォームを用いて解説します。

わずか1日で、成果の上がる提案営業の考え方と進め方、さらに具体的なイメージをつかんでいただきます。

社長と管理者を含めた多くの営業関係者が本セミナーを通じ、コンサルティングマインドとソリューションスキルを身につけてくだされば幸いです。

詳しくは、[和田創研ホームページ](#)にて…。カラーパンフレット（申込書付き）をご覧ください。

⇒ [「提案営業実践セミナー」](#)のご案内はこちら。

## 〔著者紹介〕

和田創研代表／再生・再建屋

**和田創**（わだ・そう）

数字立て直し一筋の経営コンサルタント。

おもに「教育」を通じて当事者の意識改革と行動改革を促し、組織風土の刷新、業績の拡大、成長の持続を成し遂げる。業種や規模を問わず、多くの顧問先を短期間で優良企業に甦らせてきた。

豊富な経験と実績に裏打ちされた信念を投げどころとし、「チェンジ＝適者生存」「クリエイション＝価値創造」「ソリューション＝課題解決」をキーワードとした明確な指導は、トップから絶大な信頼と評価を得ている。また、危機感と変革志向の強い社長の個別相談に応じる。MBAでも教育に当たる。

企業での教育と指導を含めた年間の講演実績は2百回近く。その対象は社長から管理者、社員まで、テーマは経営、管理、人事、マーケティング、事業、商品、企画まで幅広い。『結果を出せない営業はこう立て直す』などの著書、『社長の打ち手』などの研修教材は多数。『理念行動』を不定期で発行。



# 目標達成と業績向上の助っ人

おもに中小・中堅企業、地場企業を対象とし、  
社長と苦悩や問題を共有しつつ、  
数字の短期立て直しそして大幅伸長に取り組んでいます。

無料・個別の「経営相談」に関するお問い合わせは・・・

皆 や ろ う 、 見 直 し 。

**050—3786—3704**

**和田創研**

〒104-0061 東京都中央区銀座1-28-11 アクロス銀座505  
(東京駅、羽田空港から交通便利)