

# 営業精鋭学校 《提案営業研修公開コース》

## 目標必達の「業績直結型企業研修」をそのまま再現!

※「提案営業研修公開コース」は2015年度より「営業精鋭学校」と改称しました。

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！



## ◆日本の営業研修の定番

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「提案営業研修公開コース」を取りあげます。

日本の営業研修の定番となった「和田創方式 提案営業研修標準講座」。2日×4回＝8日間コース。多くの企業で採用され、突出した実績を残してきました。

この講座では、「営業を強く、会社を大きく。」を目的に、私とクライアントの上層部が緊密に連携し、「本気の鍛え直し、本気の売上向上。」を実現します。

営業に勉強させる時代はとうに終わっています。

全員が最終的に提案書を用いたプレゼンテーションに持ち込み、優良顧客と大口商談をまとめるように全力を尽くします。あくまで仕事として取り組む業績直結型企业研修です。

クライアントが当該年度の「営業計画」に位置づけて推進することが  
際立った特徴です。

とはいえ、こちらの都合や思惑で売ろうとしても売れないとの認識が本講座の出発点になっています。各人が役立ちの限界に挑戦します。

ちなみに、提案営業のおもな役割と効用は以下のとおりです。

- ①営業担当者が創意と工夫を加え、ライバルと差別化を図る。
- ②課題を突き止めて解決策を投げかけ、商談成功率を高める。
- ③ベネフィットの最大化に焦点を合わせ、顧客とともに商談内容を練りあげる。
- ④見積もり競争を避け、十分な売り上げと適正な利益を保つ。
- ⑤商談自体の満足度を高めて顧客の共感と信頼を得て、パートナーの地位を築く。

以上。本講座は社長を含めた受講者から絶大な評価をいただけてきました。

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をご覧ください。

⇒ [「皆、覚悟せよ。～勝ち残りへの抜本見直し！」](#)のご案内はこちら。

⇒ [「和田創方式 提案営業研修標準講座」](#)のご案内はこちら。

⇒ [「和田創方式 提案営業研修標準講座 プログラム」](#)のご案内はこちら。

業種は、ソリューション系の法人営業（B to B営業）をほぼ網羅しています。

規模は、2010年以前は大手企業が主体、それも業界最大手クラスが中心でした。高収益の著名企業が含まれます。2010年以降は中小企業が主体です。

#### ◆本コース誕生の経緯

私は還暦（2011年）で一区切りをつけたら、中小・中堅企業、地場企業、それも内需企業の勝ち残りを支援したいと考えてきました。その念願を実行に移したのが、「提案営業研修公開コース」の開催でした。以下に、詳しく述べます。

私が脚光を浴びた1990年代後半以降、多くの企業が「提案営業研修標準講座」に関心を寄せました。しかし、7～8年間のピーク期に私が依頼に応えられたのは一部でした。

実際、1グループの受講者を無制限にしました。演習が大きな比重を占める研修は定員を設けるのが普通です。が、体が一つしかないために不可能でした。

そして、研修の実施を切望したのは中小企業がほとんどでした。

日本企業の百パーセント近くがそうなのでから当然でしょう。

和田創研の経営者として収益面を重んじると、大手企業を優先せざるをえませんでした。また、こちらの都合だけでなく、中小企業は「提案営業研修標準講座」に要する総額を負担できないと知り、実施を断念しました。規模が小さくなるほどそうでした。

私は、当時は連日、企業研修で朝から大声を張りあげ、しばしば深夜まで及びました。講師稼業は恐ろしく重労働でした。次第に体力が持たなくなり、全国を飛び回ることが厳しくなりました。やがて更年期障害の苦しみも追い打ちをかけました。

そうした事情もあり、私は還暦頃、中小企業重視に方針を転換するのに合わせ、和田創研主催の公開セミナーを本格化させました。その際、これまで費用面の理由で実施を見送ってきた中小企業に“本物の提案営業”を習得する機会を提供したいと考えました。

全員が目標必達を誓う「提案営業研修標準講座」をそのまま再現し、  
「提案営業研修公開コース」として開放することとしました。

私が研修に伺うと総額が膨らみますが、社長や営業統轄役員が“本物の提案営業”を習得し、それを社員に教育するなら1割もかかりません。コストパフォーマンスがまるで違います。

社長が社員に教えるのがもっとも効果的な研修になります。

そう信じる私は、営業の統率者・牽引者・指導者に身につけてほしいのです。

#### ◆本コース拡充の理由

とくにリーマン・ショック以降、「提案営業研修標準講座」を受講しても数字が伸び悩む企業が出てきました。原因は意外なところがありました。

第1に、有力企業の上層部と面談にこぎ着けられなかったのです。そこで、顧客に切り込みを行えるように「テレアポ講座」を追加しました。

第2に、初回、せいぜい2～3回の面談で断られていたのです。優良顧客と大口商談をまとめるには“通う”ことが条件となります。「もう来なくて結構です」と言われた時点で失敗に終わります。そこで、顧客におみやげを差し出せるように「情報営業講座」を追加しました。

「テレアポ」で関係をつくり、「情報営業」で関係を続けます。

「提案営業研修標準講座」の第1回では提案営業に関する基本とあらましを学びます。そして、第2回から顧客と面談を重ねていきます。この両者の中間に「テレアポ講座」と「情報営業講座」を特別回として組み込み、受講者が提案営業を円滑に推進できるようにしました。

というわけで、「和田創方式 提案営業研修標準講座」は現在、2日×4回のプログラムは同じですが、特別回の2日×1回のカリキュラムを挟み、合計2日×5回＝10日間コースに生まれ変わっています。・・・数字が伸び悩むのも当然でした。

提案営業の門をくぐる前に扉で跳ね返されていたのです。

私は、営業の原点が10代に挑んだ「飛び込み」による新聞営業（B to C）、営業の転機が20代（結婚後）に挑んだ「テレアポ」による企画業務の受託営業（B to B）でした。

どちらも自分自身で乗り越えたので、営業担当者のお大半が苦手意識を持つどころか苦痛や恐怖を感じることは驚きでした。

#### ◆本コースの概要

「提案営業研修公開コース」は、私が責任指導に当たり、懇切丁寧な解説を心がけます。対



象は、社長、役員、営業部門長・拠点長・管理者、後継者の方々です。

第一級の営業力を望む「精鋭」も歓迎します。

会社の意向、自分の意思を問いません。

私が、「提案営業」を標榜している社長から経営相談などで聞かされるのは、一向に浸透しないという悩みです。おそらく社内に提案営業を分かっている人がだれもいないのです。提案営業を自分が行えなくては、社員に教えられません。

トップが優良顧客・大口商談を取り込める実力を養うなら、私を呼んでいただく必要があります。

本コースは、次の3つを兼ね備えた人材を育てます。

- ①自ら大きな数字をつくれる「提案営業スペシャリスト」
- ②社員・部下の数字を伸ばせる「提案営業マネジャー」
- ③社員・部下の成長を促せる「提案営業インストラクター」

①に関して説明を補えば、本コースのなかで仕掛けて終了後にまとまった案件を含め、収益を思い切り伸ばします。参加費の元は絶対にとるとの気迫で受講してください。

## ◆本コースの特色

最大の特色は、市場縮小や景気後退などの逆風が吹き荒れる環境でも収益を伸ばせること。

ならば、景気に左右されない営業になれます、景気に左右されない会社になれます。

私は「生き残り」という姑息なことを考えていません。「勝ち残り」しか眼中にありません。

トップ次第で成長持続、社業発展はかならず叶えられます。

ついては、本コースでは、次の4大転換にこだわります。

①商品推奨営業（モノ売り営業）⇒課題解決営業（役立ち営業）

※自社商品とライバル商品はほぼ横並びである。

②御用聞き営業⇒案件育成営業

※顧客が進んで語る御用はどんどん減っている。

③価格提示営業⇒価値提供営業

※価値を与えられないと値引きで戦うしかない。

#### ④ 予算争奪営業⇒予算創出営業

※国内では顧客が減り、さらにその予算が減る。

どれ一つ取っても簡単ではありませんが、本コースで成し遂げていただきます。

成績優良者と成績不振者は売り上げが正反対です。つまり、結果が逆です。なぜそうなるのか。むしろ、原因が逆だからです。ここに業績をよくするヒントがあります。営業活動の考え方や進め方を含め、やっていることが逆なのです。

どうか数字の最終責任を負う社長はここを腑に落としてください。

本コースの受講により、自分や自社の数字を悪くする間違った「営業常識」と悪しき「営業習慣」も一掃することができます。

この先、環境は厳しくなるでしょう。社員が引き合いに頼っては収益がへこむばかりです。営業活動では「顧客志向」に頭を切り替え、「顧客理解」に力を尽くし、商機の発見とニーズの発掘に努めるべきです。創意と工夫で差別化を図りながら高付加価値な商談に仕立てる“本物の提案営業”を身につけ、予算目標を悠々とクリアします。

皆さまが真剣に受講し、なおかつ忠実に実行するならば、驚くほどの成果を収められます。

8～10カ月で営業力は異次元に達します。

#### ◆本コースの急所

「提案営業研修公開コース」において、受講者がこれだけはやり抜くという決め事があります。これは収益伸長の急所と言えられます。おもに次の3つに集約されます。

##### ①「顧客第一」の具現化

「顧客第一」を具体行動へ落とし込みます。これは収益伸長の“万能の理念”です。

経営者の立場と目線になり、顧客価値の最大化を追求します。

実は、本気で顧客第一に取り組むことなく、職業人生を終わる営業がいます。相手とじかに触れられる仕事に就きながら、これほどの不幸はありません。強い誇りも深い喜びも感じられないでしょう。

##### ②“金持ち”との密着

「重点顧客」と関係性を掘り下げます。これは収益伸長の“最大の鉄則”です。

いかなる営業活動も顧客との接触から始まります。したがって、「どこ」の「だれ」に働き

かけるかが第一義となります。

「売上＝訪問先（ポテンシャル）×面会先（決定権）」と考えます。

数字は、面談相手の財布の中身で決まります。「営業は度胸」と肝に銘じ、トップダウンアプローチで食らいつきます。

### ③「開発営業」の推進

縮小市場では「売上＝通常営業＋開発営業」。不況期でも同じ。

この開発営業とは、既存深耕・既存拡大・新規開拓・離脱奪還の取り組みの総称です。通常営業を「ルーティン」と呼ぶなら、開発営業を「超ルーティン」と呼べます。

通常営業を超え、目標達成に必須の開発営業に挑みます。

そもそも提案営業という手法は、開発営業に用いることで数字を引き上げます。通常営業に用いると数字を押し下げます。

さらに、通常営業を「農耕営業」、開発営業を「狩猟営業」と言い換えられます。作付面積

が年々減っており、この先も生きていくためには獲物のいそうな原野にハンティングに出かけるしかありません。それも兎狩りに甘んじず、虎狩りの経験と実績を積みます。  
全員が講義と並行し、大型案件を何本か仕掛けていきます。

心はわくわくし、足はがくがくします。

どうか覚悟を決めて本コースに臨んでください。私が優しく導きます（←微妙）。

#### ◆ぜひ、ご参加を！

「提案営業研修公開コース」は、本邦最高峰の営業を身につけていただくプログラムです。

できないと思いついでいたことができるようになります。

皆さまが受講によりつかんだ手応えは、長く険しい道を歩いていくうえで大きな勇気と自信になるでしょう。また、営業変革のみならず、マーケティング・生産改革、経営革新などを引き起こすヒントもつかめます。

社長は自社をより豊かにより幸せに生まれ変わらせてください。

本コースのプログラムなどはカラーパンフレット（申込書付き）をご覧ください。平日コースか土日コースをお選びいただけます。

⇒ [「提案営業研修公開コース」](#)のご案内はこちら。

なお、私は九州生産性本部主催の「提案営業実践コース」で専任講師を務めています。連続2日間（平日）×連続7カ月（5月～11月）＝合計14日間（合宿あり）。

知る人ぞ知る、営業の“出世コース”です。

本コースの修了者が新年度を待たず、取締役、支社・支店長、営業部・課長、営業所長に昇進することも珍しくありません。大抜擢もあります。

受講料がリーズナブルですので、西日本の方、とくに広島以西の方にお勧めします。詳しくは、九州生産性本部のホームページをご覧ください。

本コースには地場の中小・零細企業の社長や取締役、後継者も参加され、自社の成長や発展

を成し遂げています。

#### ◆ガイダンスセミナーの開催

ここまで「提案営業研修公開コース」の趣旨と価値について述べてきました。しかし、いきなり受講を申し込むことにためらいを感じる方がほとんどでしょう。

そこで、本コースで身につけられる営業力の具体的なイメージをつかんでいただくために開催しているのが、社長、営業役員、営業部長、後継者向けのガイダンスセミナーです。

題して、「提案営業研修公開コース説明会」。

とはいえ、本コースの単なる説明会でなく、“本物の提案営業”が何かを大きな感動と衝撃とともに理解していただきます。最重要となる「コンサルティングマインド」と「ソリューションスキル」のエッセンスを吸収できるでしょう。

本説明会の内容構成は以下のとおりです。

#### I 「提案営業」に関する基礎知識

##### 1. 売上を伸ばす「本物の提案営業」の条件



2. 優良顧客・大口商談を取り込むための手続き
3. ①準備／充電（スタンバイ）
4. ②種まき／見込客づくり（ターゲティング）
5. ③発芽／商機創出（関係形成⇒情報収集）
6. ④生育／案件育成（提案内容⇒提案書）
7. ⑤刈り取り／商談成立（プレゼンテーション）
8. 提案営業の3工程「顧客理解⇒顧客共創⇒顧客貢献」
9. 提案営業の推進に必須のフォーム（書式）
10. 顧客歓喜！ 提案営業の成功事例（ケーススタディ）

## II 感動と衝撃の公開コース紹介

以上。とても充実しています。私は精魂を傾け、“本物の提案営業”のツボを解説します。わずか3時間のガイダンスセミナーですが、未知の学びに満ちています。

参加者はがっかりするほどシンプルな、しかし頭をかち割られるような真理を得られます。

さらに、「顧客第一」を本気で追求した営業活動の「成功事例」をご紹介します。「これはすごい！」と驚嘆していただけます。

中小企業といえども、勝ち組は想像を絶するレベルに達しています。

自社の営業力とのあまりの格差を目の当たりにし、溜め息を漏らす社長もおられます。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。

⇒ [「提案営業研修公開コース説明会」](#)のご案内はこちら。

どうか“本物の提案営業”の威力を実感してください。

ソリューションに活用できるフォーム5点もデジタルデータで差しあげています。

#### ◆私の満たされない気持ち

本コースと直接の関係はありませんので、読み飛ばしていただいて結構です。

なぜ中小企業とのつきあいに軸足を移したかについて、私はどこかで述べておきたいと思っていました。

大手企業とつきあうほど経済的に楽になります。

私が経営する和田創研はそうでした。なかでも主要な収益源となっていた「研修」は、その受託までの手間が大手企業でも中小企業でもたいして変わりません。

私の最大の商品である「提案営業研修標準講座」を例に取りますと、中小企業は1グループ、せいぜい2グループで終わります（それでも結構な金額です）。

大手企業は営業関係者の人数が1ケタや2ケタは多くなります。当初は何グループか行い、その後も繰り返します。つきあいが3～5年に及びます。10年を超えることもあります。言葉は悪いですが、放っておいてもです（←失礼）。

和田創研が大手企業から受け取る総額は、中小企業と比べ物になりません。概してコンサルタント会社は業務を受託する営業活動のコストが大きくなります。したがって、利益率がまるで違ってきます。しかしながら・・・。

正直に明かすと、私は満たされない気持ちを抱えていました。

大手企業に対しては、私自身の「講師派遣」の範囲を越えられません。

要は、仕事がインストラクションとトレーニングに留まります。全社を巻き込んだ変革・再生系のムーブメント（運動）に関われるとしても、領域は限られます。

中小企業に対しては、業績への「コンサルティング」の範囲に踏み込めます。

要は、仕事がマネジメントとマーケティングに広がります。例えば、販路・顧客開発、事業・商品創造、市場・需要発掘、会社・拠点設立、人材採用などと領域が広く、しかも実務に関われます。私は若い頃にプランナーとして生計を立てていましたので、経営戦略などの立案にも携われます。

中小企業とのつきあいでは、仕事の醍醐味と面白さ、したがって私のやり甲斐が大きくなります。

平たく言えば、燃えます、嵌まります。

こちら次第で、クライアントの猛烈な成長や発展を促せます。

大手企業とのつきあいではありえないことです。中小企業がみるみる大きくなっていく喜びは言葉に尽くせません。

記憶が曖昧ですが、テレビ東京の「カンブリア宮殿」という番組で、ゲストのヤマダ電機創業者の山田昇（やまだ・のぼる）がリヤカー行商からやり直してもいいという趣旨の発言を行っていました。私はその気持ちがいくらか分かります。

なお、誤解が生じると困りますので、説明を補います。

私は、すべてのクライアントに感謝の念を忘れません。和田創研のかつての社員、そして私の家族はおもに大手企業が養ってくれたと考えています。

まことにありがとうございます。

## 〔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)