

営業の数字をよくする情報誌
せひ会議の話材、戦略・方針樹立のヒントに…

営業人

第16号 和田創発行
(原稿は「のぞみ」車内で執筆)

売上を伸ばす「本物の提案営業」の条件

1. 驚異の商談成功率が叶う理由とは？

飽和市場では、売ろうとしても売れない。顧客は商品でたいい腹一杯であり、しかもその商品はおおよそ横並びである。そこで、売り上げを伸ばす手法として「提案営業」が用いられる。この提案営業の根底には、自社の商品を売ると、顧客の役立ちを売るとは、どちらがたやすいかという問いかけがある。もちろん、楽で確かなやり方を選ぶ。

ここで、「提案営業」の定義を明らかにしよう。思い切り簡素化するなら、わずか2つの要素から成り立つ。①「課題の明確化」、②「解決策の提示」である。これは提案営業の流れでもある。ちなみに、①を省いて②へ進むと、単なる「推奨」になる。「役立ち」と呼べるのは、課題解決への明確な貢献が認められるときだけだ。

営業担当者が顧客の抱える課題を明らかにしたうえで解決策という「答」を投げかける以上、相手は「○」しかつけられない。これが注目の「ソリューション」の本質である。ゆえに、驚異の「商談成功率」が叶う。それも大口商談に関して…。提案営業の中核スキルが「ソリューション」なのだ。

2. 提案営業は「提案」を重視しない！

提案営業の定義を発展させると、①「顧客理解」、②「顧客貢献」になる。

①「顧客理解」とは「情報収集」である。法人顧客なら経営や業務における課題を掘り下げて知ることだ。提案営業では、売るものの手がかりはすべて顧客の側にあると考える。売るものを自社の側が決めると、単なる推奨になる。

②「顧客貢献」とは、「提案」である。念を押すと、提案営業では顧客の役立ちを売る。具体的に述べれば、課題解決の“仕組み”を売る。それは商品の複合（融合・統合）となる。商品とはハードやソフト、サービスのことだ。当

Copyright ©2013 by Sou Wada

和田創、渾身の再生指導 営業管理者研修

【講師】
営業部長、営業所長、営業マネージャー、支社・支店長、社長

研修内容
① 営業の現状と課題
② 営業の未来と展望
③ 営業の成功と失敗
④ 営業のモチベーション
⑤ 営業のコミュニケーション

部下をつかみ、
動かす、
育てて、
業績をよくする。

和田創より、皆さまへ。

和田創の「営業管理者研修」は企業研修として採用になっています。また、みずほ、三菱UFJ、SMBC、りそな、地銀などで公開セミナーとして開催されています。いずれも抜群の評価を得ています。新任の教育はもとより、中堅・ベテランの再生にもきわめて有効です。目標必達を主眼とした「営業管理者研修」は最短2日間から行えます。お気軽にご相談ください。営業部門や営業拠点の数字は管理者次第なのです。

和田創研

TEL 050-3786-3704

FAX 050-3737-4562

E-mail info@wadasouken.co.jp

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-3
丸の内トラストタワー本館20F

営業の数字をよくする情報誌
ぜひ会議の話材、戦略・方針樹立のヒントに…

営業人

第16号 和田創発行
(原稿は「のぞみ」車内で執筆)

売上を伸ばす「本物の提案営業」の条件

然ながら、単一商品ではストレートに他社と価格を比べられる。もしも値引きに泣かされているとしたら、提案営業と呼べるレベルに達していない。

すでに気づいたはずだが、提案営業では「提案」を重視しない。提案は「情報収集」の結果にすぎないと考える。情報収集は「インプット」、提案は「アウトプット」という関係である。「情報収集8割、提案2割」。インプットが充実すると、アウトプットが充実する。それ以前に、情報収集が的確さを欠くと、提案が顧客に突き刺さらない。結局、「段取り8分、商談2分」。

3. 売上を伸ばす最大の決め手はこれ！

実は、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る。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む。つまり、課題解決の仕組みとなる。いわゆる「付加価値」であり、結果として「差別化」につながる。「見積書」は解決策に基づいてつくるので、「課題」と「解決策」は正比例の関係となる。営業担当者の売り上げ（成績）の差は、顧客理解の大きさの差にほかならない。

商談の場でもらえる注文は減るばかり。こちらから働きかけて案件を育てなくてはならず、「潜在ニーズ」の掘り起こしが必須である。そして、その決め手が「顧客理解」の掘り下げなのだ。営業担当者は、顧客の抱える課題をより広くより深くつかまえてよ。潜在ニーズとは課題のこと！

いまや「提案営業」という言葉はどの会社でも聞かれる。私は営業再建屋として多くのクライアントに伺ってきたが、その実態は別物どころか正反対であり、数字を押し下げている。「提案営業」はほとんど理解されていない。私が教育指導に心血を注いでいた「本物の提案営業」は売り上げを劇的に伸ばす。

(2013年6月4日執筆)

Copyright ©2013 by Sou Wada

売り上げづくりのプロフェッショナルへ 営業社員研修

結果を残せる営業へ進化するポイントを、
和田創がかみくだいて指導

営業活動の効率と
売り上げの上昇を
どう実現する
※1日研修
※2日研修
※3日研修
※4日研修
※5日研修
※6日研修
※7日研修
※8日研修
※9日研修
※10日研修

和田創より、皆さまへ。

結果を残せる営業へ進化するポイントを指導する「営業社員研修」は企業研修のほか、みずほ総研など銀行シンクタンクの公開セミナーで採用になり、高い満足度を得ています。新人・新任のフォローアップ、若手・中堅のブラッシュアップはもとより、製造・技術・サービススタッフの戦力強化にも有効です。ステップアップを主眼とした「営業社員研修」は最短2日間から行えます。お気軽にご相談ください。

和田創研

TEL 050-3786-3704

FAX 050-3737-4562

E-mail info@wadasouken.co.jp

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-8-3
丸の内トラストタワー本館20F