

KEYMAN-PRO 営業の心を強くする技術



営業マンの資質改善方法

・・・属人的営業から脱却する方法・・・

営業業務・・・セールスステップ

Vol. **2**



日本ビジネスリード株式会社

- ★タイトル：営業マンの資質改善
- ★テーマ：属人的営業から脱却する方法
- ★営業業務：セールスステップ

皆さんの会社ではセールス・ステップが定められていますか？
営業マンがターゲット顧客にアプローチからクロージングまで、
営業活動プロセスの流れを示すものです。

(1) 前提条件

営業マンとしてセールスステップを学ぶ必須条件として、次の「営業マンの考え方の改善・資質改善」に関する基本的な理解が必要です。

(2) 基本的な理解

(2)－1：ターゲット顧客に寄り添って考える

「ターゲット顧客についてどれほど考えることができるかどうか」営業マンがターゲット顧客の動きに答えることで営業マンの優秀さが決定されます。

ターゲット顧客が優位になることを考え、行動し、関心を引き付けることが営業マンの最も信頼を勝ち取る大事な行動です。

これは「ターゲット顧客に寄り添って考える」ことは至極簡単な表現になるが、いざこれを行うとなると非常に難しい。

日常生活の中で家庭や職場でのコミュニケーションを思い出すと妻や友人・同僚の言葉に興味がわくより、自分自身が発する意見に「大きな興味・関心」を持っているのが現状ではないか？

営業マンが「自分中心的な」考えを封印し、「お客様本位」「ターゲット顧客に寄り添って考える」行動や発言で示せる」ようトレーニングすることは大切である。

「ターゲット顧客に寄り添って考える」発言の例

- 1：XX業務でお困りな点などありませんか？
- 2：〇〇課題を解決するのに私ができることは全力でお手伝いします。
- 3：なぜ、貴社はそれを必要としますか？

4：是非とも、この課題改善をお手伝いさせて下さい。

ターゲット顧客は、自分の考えや現場の要求などの肝となる経営課題が十分に達成させることができれば、問題なく投資をしたいと思います。

ターゲット顧客の利益を考え提案をすることが、振返って営業マン自身にもベネフィットを呼び込むことになる

「ターゲット顧客に寄り添って考える」こそが営業マンの神髄である。必ず、成績として戻ってくることを楽しみに待っている気持ちがほしい。

サーベいの段階においても「ターゲット顧客に寄り添って考える」は

1：自分の活動がターゲット顧客の業務を邪魔していないか？

2：周囲に「はばかり」内容も出やすいため適切な場所を設定したか？

3：手短かに話ができるように準備はできているか

ということも考えた行動をとってほしい

本当に、「ターゲット顧客に寄り添って考える」と言葉や態度や行動に現れるよう身につくまで練習をしてみてください。

(2) - 2：顧客の自発的行動を進めさせるテクニック（動機づけ）

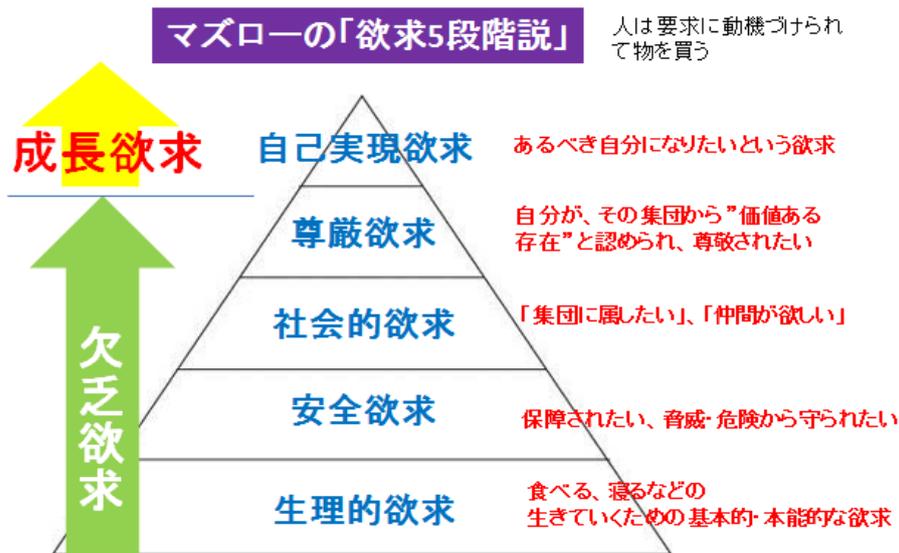
多くの人は自分がほしいものを自分の力だけで得ることができません。

皆、周囲の人の協力があつてこそというところが必ずあります。

したがって、営業マンのあなた自身の言葉と行為が、ターゲット顧客があなたに味方したり、反対したりする状況や雰囲気メカニズムを会得することは重要です。

ターゲット顧客が営業のあなたに好意的に作用するように仕向けるモチベーションを持つようすることは営業マンとして将来に大きく影響します。それだけ重要ということです。

一般的に、人は、欲求によって動機づけされたモノを買うと古くから言われております。



マズローの5段階説にあるそれぞれの欲求には上を目指す動機づけがあります。それは「利益」、「自尊心」、「不安」、「模倣」という動機です。

(2) - 3 : 営業マンは顧客の動機に訴える方法を覚えてください。

もし、あなたが営業マンでターゲット顧客に各動機に作用する訴えかけをしてみてください。

このシステムは・・・

「利益」は・・・利益アップになる、機能的で有利だ、高付加価値だ

「自尊心」は・・・あなたが業界初の最新システムの導入企業ですね。

「模倣」は・・・業界NO.1企業も効果を上げてる仕組みと同じです

「不安」は・・・このままだと人も時間も金もどぶに捨てるようなもの。

それでいいのですか？

等々

(2) - 4 : セールスステップと動機活用の練習

少し練習問題をしましょう

セールスステップに合わせて「利益」「自尊心」「模倣」「不安」の4つの動機に訴える言葉を考えてみてください。まず、商品を決めて、

- ・ アプローチの段階
- ・ サーベ이의段階
- ・ プロポーズの段階
- ・ デモンストレーションの段階
- ・ クロージングの段階

ターゲット顧客の「自尊心」に訴える「褒める」言葉をいろいろと考えてみてください。いざというときにはすぐに出ないものです。練習の中ですぐにその場面で使えるようにしておきましょう。できればノートなどに書いて練習するといいいでしょう。例を下に記載します。

例：「褒める」

①アプローチの段階 : 御社のXXXXは最高ですね

②サーベ이의段階 : 御社のxxは業界ナンバー1と聞いています。

少し教えてほしいのですが

③プロポーズの段階 : お聞きしたことが非常に明確なので良い仕組みがご提案できました

④デモの段階 : 業務課題の解決の流れをお伺いした内容全般で
ご心配の点も含めてご納得頂けました。助かりました。

⑤クロージングの段階 : 新しい仕組みは会社全体の効率を上げ、日本初の仕組みとして話題になるでしょう。

(3) まとめ

ターゲット顧客が提案しているこの仕組みを使うと会社にもキーマンにも大変効果があると思わせるように仕向けることが大切です。

同時に

セールスステップを上げるためにはターゲット顧客の「動機」が「利益」なのか「自尊心」「模倣」「不安」なのかを把握してターゲット顧客の「欲求」を引き起こしてください。

ターゲット顧客に欲しいと思わせたなら「買う理由」を示してあげれば「契約」をせざるを得ないメカニズムがあります。

4つの動機「利益」「自尊心」「模倣」「不安」に訴えるケースこそが営業マンの販売活動や提案活動を助けます。是非、実行してみてください。ターゲット顧客は既に契約用のハンコを押したくて待っています。

皆様の健闘を祈っております。

以上

JBL からメッセージ

日本ビジネスリードでは新規顧客や既存顧客の深耕に役立てることが出来る**営業リスト作成ツール**や企業のキーマンを簡単検索するクラウドサービスを提供しております。

詳しくは <https://jbls.biz/column/>をご覧ください。

KEYMAN-PRO ご紹介動画 <https://youtu.be/1RzZ7ojiuGg>

営業の心を強くする技術とは・・・

- ・心（意識・無意識）を正しく理解する
- ・心理スキルを理解する
- ・不安・恐怖が起きる心理状態の中で心理コントロールを訓練する（体験）
- ・レベルを上げていく（体験）

正しい知識・スキルを学び、実践しなければ、知識だけの「頭でっかち」になるだけです。

JBL

日本ビジネスリード株式会社

東京都千代田区神田錦町3-21-1152

03-5843-9376

担当：お客様サポート係まで D 渡辺

support@jbls.biz

以上