

KEYMAN-PRO 決断を支援するチェックシート



「チェックシート」だけで 営業組織が変わる魔法のテクニック

・・・あなたは部下の営業マンにどの点をアドバイスしていいかわかりますか・・・

クロージング>スキルアップ>決断を支援するチェックシート

Vol. 6

【営業コーチ必携！】営業活動改善のチェックシート

使っていただきたい人

営業コーチ：営業で、営業マンに助言する人＝営業管理者

「名プレイヤー名監督にあらず」を「営業」という世界に当てはめると営業プレイヤーとして一流であっても、営業組織を引っ張る管理者として一流かどうかは分からない」ということです。

同期の営業のなかではいち早く優秀な成績を収め部下を持つ営業課長になりましたが、自分ではできていたことが部下はできていない状況で、部下がわかるように教えられれば問題はないのですが、よくあるのは

- ① 野放しにしてしまう
- ② 冷たくあしらう
- ③ 教えるが結果が出ない部下に逆上してしまう

などかえって組織運営上マイナスになってしまうケースがあります。

「営業は自信がある」「でも、営業コーチングは自信がない」という管理者向けに営業のコーチングについてチェックシートで営業マン育成をできるように設計しました。

“「チェックシート」だけで営業組織が変わる魔法のテクニック”
全9回シリーズでお送りいたします。

Vol.1： 営業活動改善のチェックシート

Vol.2： 見込客対応活動改善のチェックシート

Vol.3： 営業マンが信頼を得るための活動のチェックシート

Vol.4： 見込客の問題点を確認する活動のチェックシート

Vol.5： ソリューションプレゼン活動のチェックシート

Vol.6： 見込客に決断を支援するチェックシート（本資料）

Vol.7： 顧客満足度を高める活動のチェックシート

Vol.8： 営業コーチ見込度のチェックシート

Vol.9： 営業マンの顧客戦略のチェックシート



内容構成は営業活動および顧客心理向上フェーズごとに営業コーチの確認事項を明示して、部下の現状を把握して、育成するまでのチェック項目をPDCAで改善を図る構成になっております。

<営業プロセスごと>

- (1) 営業のコーチングのための事前のチェック項目
- (2) 営業マンの行動のほころびのチェック項目
- (3) 営業コーチ時の対応とサポートチェック項目

に整理しております。

営業マンとの話の展開をどう進めるといいかを、チェック項目で確認して当該の営業マンの活動の軌道修正していくことができます。

営業マネージャーが部下育成するとともに、営業マネージャー自身も育っていくシナリオにしております。

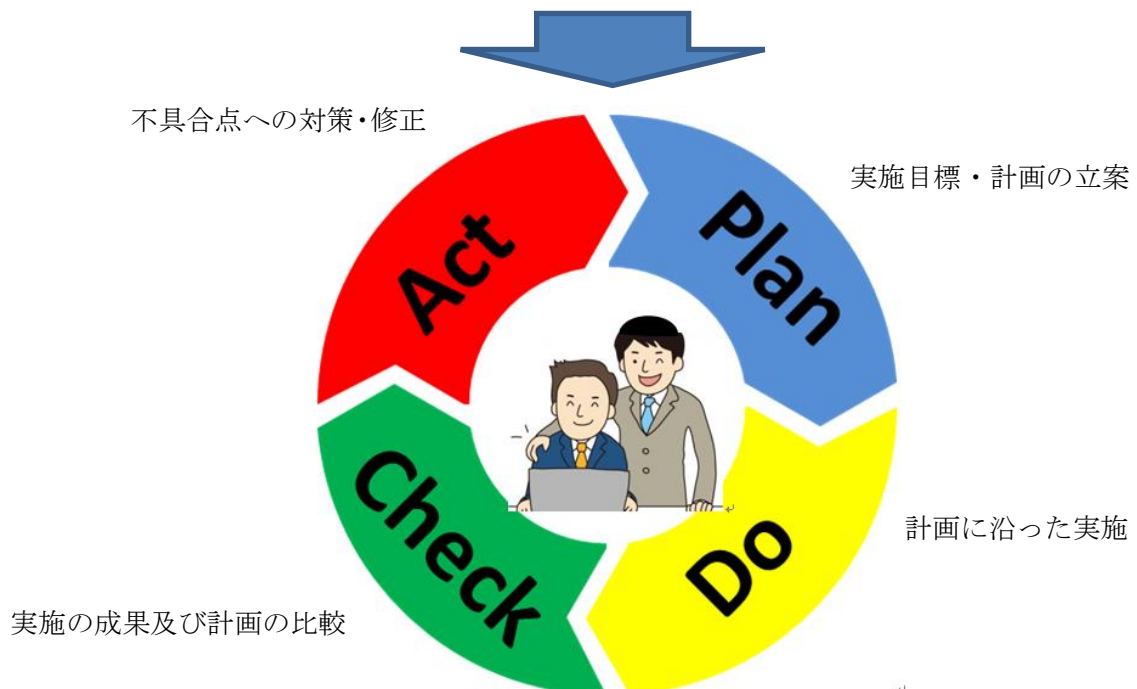
【 文 書 構 成 】

営業コーチの
事前チェック項目

営業マンの
行動の確認チェック

営業コーチング
チェック項目

営業マンと営業マネージャーがともに育つチェックシートの活用



決断を支援するチェックシート

氏名 _____ 面談日 _____ 年 月 日

(1) 営業のコーチングのためのチェック項目

見込客に決断していただく活動のチェックシート

見込客の反対意見や抵抗に対応処するために

1. 見込客の立場でメリットを事前に準備します。…課題に対して”SPIICE”で

項目	Befor	After
S:service:サービス性		
P:Protection:保護		
I:Information:情報		
C:Convenience:利便性		
E:Economy:経済性		



もし、反対意見・抵抗に会ったら、準備した資料で確認し、啓もう(説得)します
 ※訪問目的を決めて、手ぶらで客先に訪問しない習慣を付けさせる

2. 見込客に不安材料があるのか？あれば何か？
 (コスト・品質・納期・支払条件・競合・サポート体制など)
3. 想定される見込客の反論とそれに対する準備はできているか

クロージングのためのチェックポイント

1. お試しをスタートさせるなどの布石を打っておく
2. スタート時期を確認する(スタートは来月の××月からどうですか)
3. 設置場所を確認する(どこに設置しましょうか。)
4. 契約日を確認する。(お申し込み書を渡しながら)
5. 品質に比べ価格が安いことを声高に強調する(価格の正当性)
6. TOP訪問の設定をする
7. TOPによる成功の約束を表明する(安心の提供)

決断を支援するチェックシート

氏名 _____

面談日 年 月 日

(2) 営業マンの行動のほころびのチェック項目

見込客の反対意見や抵抗への対応が失敗する前兆

- | | |
|----|--|
| 計画 | <input type="checkbox"/> 1. 見込客の反対意見(抵抗)に対処するプランを持っていない
<input type="checkbox"/> 2. 十分な計画と準備のための時間を取られていない。
<input type="checkbox"/> 3. プレゼン後のアクションプランが立てられない
<input type="checkbox"/> 4. _____
<input type="checkbox"/> 5. _____ |
| 活動 | <input type="checkbox"/> 1. 1回のプレゼンであまりに多くの事を伝えようとしすぎる
<input type="checkbox"/> 2. 1つのテーマに時間をかけ過ぎるなど、プレゼンの時間配分が悪い
<input type="checkbox"/> 3. 事前に準備した資料や標準的な営業ツールを利活用していない
<input type="checkbox"/> 4. 成功事例をほとんど何も示していない
<input type="checkbox"/> 5. 沢山の資料が出しすぎているのでプレゼンの焦点が定まっていない
<input type="checkbox"/> 6. 提案している解決策のメリット、見込客の利益や満足が不明確である
<input type="checkbox"/> 7. 提案書の構成や内容が不十分で、プアである
<input type="checkbox"/> 8. 提案書の中に見込客のニーズ・課題が明確に表現されていない
<input type="checkbox"/> 9. 提案説明会の場や流れをコントロールできない
<input type="checkbox"/> 10. 提案説明会のプレゼン・デモの目的と目標を鮮明にしていない
<input type="checkbox"/> 11. 汎用的な提案・説明資料に頼って、見込客のことが載っていない
<input type="checkbox"/> 12. ほとんど見込客に伝わらない成果の出ないプレゼンを行っている
<input type="checkbox"/> 13. 見込客が質問する余地もないほど一方的にプレゼンを行っている
<input type="checkbox"/> 14. _____
<input type="checkbox"/> 15. _____ |
| 組織 | <input type="checkbox"/> 1. 提案書の内容を確認レビューを行っていない
<input type="checkbox"/> 2. 悪い傾向の活動を見て知っていても組織対応をしていない
<input type="checkbox"/> 3. 十分な計画と準備のための時間を取られていない。
<input type="checkbox"/> 5. _____
<input type="checkbox"/> 6. _____ |
| 個人 | <input type="checkbox"/> 1. 製品・サービスをプレゼンする効果的な方法が身につけていない
<input type="checkbox"/> 2. 本人が自信を持って説明していない
<input type="checkbox"/> 3. プレゼンの仕方がワンパターンである。
<input type="checkbox"/> 4. 状況が変わっても臨機応変に対応できていない
<input type="checkbox"/> 5. 見込客の現状の問題を確認する前にソリューションを提示してしまう
<input type="checkbox"/> 9. _____
<input type="checkbox"/> 10. _____ |

決断を支援するチェックシート

氏名 _____ 面談日 _____ 年 _____ 月 _____ 日

(3) 営業コーチ時の対応とサポートチェック項目

見込客の決断(背中)を後押しする方法

活動前に営業マンと話し合う

マネジャ
の活動

- 1. 見込客に対する営業マンの営業活動の全般を確認する
- 2. 見込客の反対意見や抵抗の原因を特定するために話し合う
- 3. 更に、チームで見込客の立場で50個の反対意見・抵抗要因を出す➔
- 4. 主要な反対意見や抵抗の内容について対応策を検討する
- 5. 抵抗が競合企業製品であれば、情報を入手し対策を検討する
- 6. 次訪問に向けて話し合われた反対意見への資料を確認する
- 7. 営業マンの製品知識や競合企業の知識を確認する
- 8. 製品知識や競合情報について不足があれば教育を行う
- 9. 「提案価格の適正化シート」を再検討する
- 10. 営業マンと同行して、見込客への反対意見の反応の仕方を確認する
- 11. _____
- 12. _____

アイデアが出なくなるまで
考えて案を出す。



※提案価格の適正化シートを参照

それでも営業活動全体がうまくいっていない場合

計画

- 1. 見込客への現在まで営業活動を再点検
- 2. BANTを確認
- 3. 案件確度のチェックを実行して、活動プライオリティー順序を確認する
- 4. 営業戦略を見直し
- 5. 再アプローチ
- 6. 上司が同行してクロージング(営業マンのクロージングスキルの把握と向上)
- 7. _____
- 8. _____

活動

- 1. 商談を主導するのは営業の役割であることを啓蒙する
- 2. 見込客が積極的(自主的)に商談を決めることはないことを教育する
- 3. 見込客の動きが遅いからとあせって強引なときは注意、指導する
- 4. 見込客に契約をしない理由を確認する
 - ・見込客に自社や営業マンが信頼されていない
 - ・見込客に提案価格が適正であることを説明できていない
 - ・見込客は競合の提案を気に入っている
 - ・顧客との間で根回しができていない。準備不足
 - ・購入する確たる理由がない
- 5. _____
- 6. _____

組織

- 1. 営業マンとクロージングまでのプロセスを確認する
- 2. 見込客とクロージング・導入までの流れを合意する資料を作成する
- 3. 上司が直接、見込客に抵抗する理由・背景を確認し、その原因と対策を立てる
- 4. 必要であればサーベイ(調査)の段階に戻り再提案を行う許しを得る
- 5. 現行の問題点と競合の提案内容を想定した魅力ある提案を行う
- 6. クロージングに上司が同行して、クロージングスキルを見せる
- 7. _____
- 8. _____

個人

- 1. 自社製品の知識の向上を図る
- 2. 競合製品・競合企業を調査して知識を得る
- 3. 案件の活動状況を整理する
- 4. _____
- 5. _____

提案価格の適正化シート

提案価格の適正化シート					
営業担当氏名		部署名		年 月 日記	
会社名(正式社名)			代表者名		
【企業マイナンバー:			電話		
現行費用			提案システム		
現行システム費用		円・月	円・月	初期費用	円
費用比較	(A)対象者	人	人	購入費用	円
	(B)業務時間	時間・人	時間・人	教育費用	円
	(C)現状総時間	時間	時間	その他費	円
	(D)時間単価	円・時間	円・時間	合計費用	円
	(E)人件費合計	円・月	円・月	現行費用	円
	(F)4年間人件費合計	円	円	費用増減	円
営業成果指標(KPI)	KPI	対象	現状	実施後	改善
	営業対応時間	600人	2.5時間/日	4.5時間/日	2.0時間/日
	一次回答率	2000件月	50%	80%	30%
	新規顧客登録数	450社	40件・月	75件・月	35件・月
	締結まで対応日数	600人	20回	10回	10回
	平均売上高	600人	100万円・月・人	150万円・月・人	50万円・月・人
物流成果指標(KPI)	発注金額		円・月	円・月	円・月
	リードタイム		日	日	日
	在庫回転率		回	回	回
	棚卸ロス		円・回	円・回	円・回
	棚卸金額		円	円	円
	改善効果(金額)		円	円	円
ROI合計	人件費		円	円	円
	売上高		円	円	円
	物流改善金額		円	円	円
	合計金額		円	円	円
予算関連情報	予算化額	円			
	項目	前年	前々年	備考	
	売上高	円	円	1%はIT予算に回る(通説)	
	営業利益	円	円	伸びなし、赤字は商談無し	
	減価償却費	円	円	減価償却同額が商談可能性	

B2B 法人営業の究極的な商談開拓ご紹介

KEYMAN PRO シリーズをご紹介します。

ホームページ：<https://jbls.biz/>

B2B 日本市場のリード情報を提供するサービスです。

その効果は営業部門の方に「**営業準備**」＋「**顧客理解**」するツール

「**営業準備**」とは：

商談に向けた情報収集、提案先へのプレゼン資料の作成などを含めた事前**準備**を意味します。ただ単に「見込み顧客に関する情報収集して終わり」ではなく、課題を解決できる提案（ストーリー）を描ける状態を作ることが重要です。もちろん、事前に**準備**した通りに物事が進むことはほとんどありません。

「**顧客理解**」とは：

売上アップや**顧客**の囲い込みをするために**顧客**を理解しようとする取り組みのこと。企業視点だけで**顧客**を増やそうと試みても、商品やサービスが**顧客**に求められていなければ、リピーターになってもらうのは難しいですね。

KEYMAN PRO シリーズは「**営業準備**」＋「**顧客理解**」ための以下の機能を発揮します

1：法人情報 120 万社のデータベースで活動タグ・業種・取り扱い品目で検索して見込顧客リストをリストアップ。そして数秒で出力されます。

動画（3min ウェビナー）を見る：<https://youtu.be/lRzZ7ojuCg>

2：上場企業・優良企業の人事異動情報・機構改革情報からアプローチしたい部署・キーマン氏名が数秒で出力されます。

3：上場企業・優良企業の有価証券報告書・組織図・経営計画などをもとに企業の詳細な事業計画や事業の課題や関連会社の情報を数秒で出てきます。

4：上場企業・優良企業の人事データベースに貴社のリストを upload することで、キーマンにあっていないリストが取得できます。「アカウントベースドマーケティング」ツール

5：貴社のハウスリストをアップロードすることでデータクレンジングができます。

営業資料ダウンロードできます

資料ダウンロードサイト（コラム一覧） ⇒ <https://jbls.biz/column/>

- （1）【営業マネジャー必見！】営業技術力を上げるシリーズ・・・全10回
- （2）【いまさら聞けない！】法人営業_電話の掛け方 シリーズ・・・全5回
- （3）【営業コーチ必携！】営業活動改善のチェックシートシリーズ・・・全9回

窓口

日本ビジネスリード株式会社

担当：お客様サポート D 渡辺

電話：03-5843-9376

Email：support@jbls.biz お問い合わせ：<https://jbls.biz/contact/>
