

KEYMAN-PRO 案件見込度のチェックシート



## 「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・・・

営業>スキルアップ>案件見込度チェックシート

Vol.

9

最終回

## 【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： **見込客の決断を支援する**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： 営業マンの**重要顧客戦略**のチェックシート

Vol.9： **営業コーチ案件見込度**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。**

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

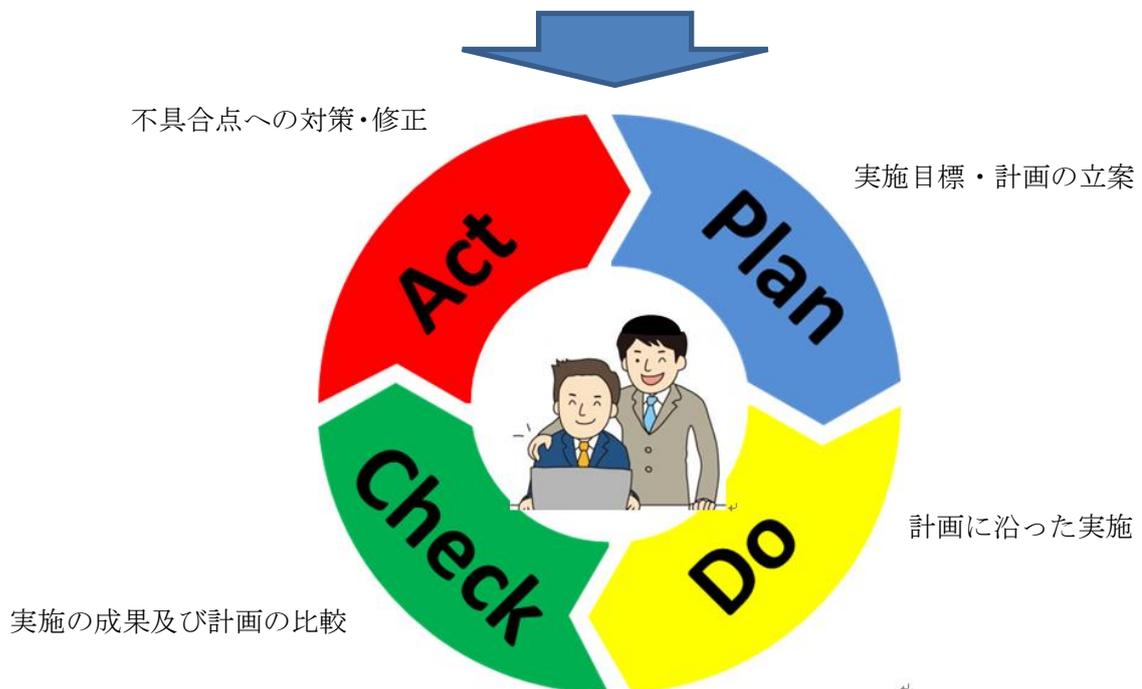
### 【 文 書 構 成 】

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ジャーがともに育つチェックシートの活用



## 案件見込度チェックシート

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

## 案件化チェックおよび見込度チェック

(顧客に足しげく通っているが、本当に営業マンの労力を費やす価値があるかを確認する)

見込み確認のプロセス

- 1. 販売計画を立てる
- 2. 販売機会を分析・審査する
- 3. 提案内容の妥当性を判断する
- 4.
- 5.

見込度をチェックする

販売機会分析(購入するか？営業マンから買うか？いつ購入するか？)

商談を分析する(信頼関係はあるか？BANTを確認は？)

1) Budget(予算) 2) Authority(決裁権) 3) Needs(必要性) 4) Timeframe(導入時期)

## 担当営業マンがうまくいかない状況・・・こんなことはありませんか

- 1. クロージング予定リストには同じ会社名が毎月表示されます
- 2. 商談の進展しない企業に労力をかけすぎている
- 3. キーパーソン(意思決定者)でない人と面談を続けている
- 4. キーパーソン(意思決定者)に会ってはいない
- 5. キーパーソン(意思決定者)が誰かわかっていない
- 6. 客先に味方になる人間を作れていない
- 7. 客先の事情をヒヤリングしてはいない
- 8. 相手のレベルに応じたヒヤリングができていない
- 9. 見込度を確認する質問で商談を確認してはいない
- 10. ヒヤリングした内容に対する検討ができていない
- 11. 想定される必要性を列挙してはいない
- 12. 相手の購入基準を知っていない
- 13. 見込客の必要性の時期や購入基準を知らない
- 14. 競合他社の入り込みや動静を確認してはいない
- 15. 相手のキーパーソンの関心を喚起してはいない
- 16. 見込客の見込優先順位付けができていない
- 17. 次のステップに進む合意ができていない
- 18.
- 19.

## 営業マネージャーのサポート策・・・部下と会話してみてください

- 1. 日常活動で常に商談の案件確度を確認する。
- 2. 商談の初期段階の見通しは細かくチェックする
- 3. 見込度(BANT)をチェックし、予定と結果を確認する
- 4. 訪問前にアプローチに関するスキルを訓練する
- 5. 見込度の高い企業に労力と時間を集中させる
- 6. キーパーソンの情報収集を行わせる
- 7. キーパーソンへのアプローチの計画立案をサポートする
- 8. サーベイ(ヒヤリング・状況の確認)を行うようにサポートする
- 9. 商談の見込度をチェック能力の訓練する
- 10. ヒヤリング技術をスキルアップさせる
- 11. 競合他社の動静を確認させる
- 12.
- 13.

※ 「案件見込度チェックシート」で活動内容を確認する

# 案件見込度チェックシート

## 案件見込度チェックシート

|           |  |         |  |        |
|-----------|--|---------|--|--------|
| 営業担当氏名    |  | 部署名     |  | 年 月 日記 |
| アプローチ商品名  |  | 客先担当者   |  |        |
| 当社見積額     |  | キーパーソン名 |  |        |
| B:客先予算    |  | A:決定権者  |  |        |
| N:客先ニーズ課題 |  | T:導入時期  |  |        |

| 営業マンが行っておく当社から買うと判断する基準…決定の判断1  | YES | 不明 | NO | NOTE |
|---------------------------------|-----|----|----|------|
| 1 顧客は当社の製品やサービスに興味や関心があるか？      |     |    |    |      |
| 2 当社の製品・サービスには競争力があるか？          |     |    |    |      |
| 3 顧客は競合企業よりも当社が優れている点を理解しているか？  |     |    |    |      |
| 4 顧客のキーパーソンは当社に好感を持っているか？       |     |    |    |      |
| 5 顧客内の他部署やキーパーソンから情報や助言がもらえるか？  |     |    |    |      |
| 6 当社の製品サービスで、顧客の課題・ニーズはクリアできるか？ |     |    |    |      |
| 7 顧客は当社の製品に興味や関心があるか？           |     |    |    |      |
| 8 外部の機関やコンサルタントが参画しているか？        |     |    |    |      |
|                                 |     |    |    |      |
|                                 |     |    |    |      |
| 営業マンが行っておく顧客が購入する判断基準…案件化の判断2   | YES | 不明 | NO | NOTE |
| 1 客先に導入する実質的な計画はありますか？          |     |    |    |      |
| 2 経営上の購入する理由があるか？               |     |    |    |      |
| 3 購入費用予算は決まっているか？               |     |    |    |      |
| 4 購入決定のステップや導入日が決まっているか？        |     |    |    |      |
| 5 プレゼンで当社の価格を提示して、客先は納得しているか？   |     |    |    |      |
| 6 導入検討キーパーソンが決まっていますか？          |     |    |    |      |
|                                 |     |    |    |      |
|                                 |     |    |    |      |
| 営業マンが行っておく購入を見込む判断する基準…予算化の判断   | YES | 不明 | NO | NOTE |
| 1 「買う」という言質をとったか？               |     |    |    |      |
| 2 「買う」予算を確認したか？                 |     |    |    |      |
| 3 「買う」とキーパーソンは言ったか？             |     |    |    |      |
| 4 関係者は「買う」ことに賛成しているか            |     |    |    |      |
| 5 キーパーソンはニーズを承知しているか？           |     |    |    |      |
| 6 ビジネスニーズはあるか？                  |     |    |    |      |
| 7 購入決定の基準は明確ですか？                |     |    |    |      |
| 8 導入時期を確認したか？                   |     |    |    |      |
|                                 |     |    |    |      |
|                                 |     |    |    |      |

# 法人営業ツール：KEYMAN-PRO紹介

## 人事異動はビジネスのポイントでしょ！



**JBL** 日本ビジネスリード株式会社

お問い合わせは

03-5843-9376 D 渡辺 または以下のフォームよりお願いします。

<https://www.jbls.net/inquiry>

## 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/>

---