

KEYMAN-PRO 営業の心を強くする技術



新規商談を生み出す
営業マンの素質・資質とは

・・・「発想力豊か」「想像力がたくましいセールス」=(素質・資質)・・・

営業業務・・・購買心理と販売計画

Vol. 4



日本ビジネスリード株式会社

★タイトル：新規商談を生み出す「営業マンの素質・資質とは」

★テーマ：「発想力豊か」「想像力がたくましいセールス」＝（素質・資質）

（素質・資質は後天的に所有・成長・育成させることができます。）

★営業業務・・・購買心理と販売計画

皆さんは

「営業マンで一番大切なこと（素質・資質）を挙げると
すると何を挙げますか？」

少し考えてください。・・・

接客上手(口がうまい)・・・？

あつい情熱の営業魂・・・？

訪問回数(電話アプローチ回数)・・・？

商品知識・・・？



接客上手、製品知識、情熱、コール数……は営業活動では欠かせませんが



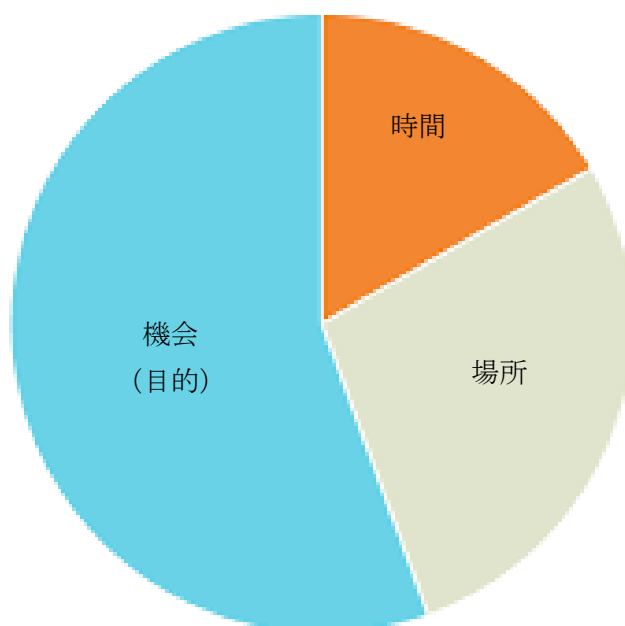
日本ビジネスリード株式会社

営業活動では最も重要なこと（素質・資質）はこれまでになかった新しいものを作り出していく「発想力豊か」「想像力がたくましいセールス」（素質・資質）であります。

想像力がたくましいセールスとは、注文を生みだし、契約する能力に直結しております。

一般に言われる営業とは異なり、想像力がたくましいセールスは顧客の課題を知っているし、解決策を提案し、注文が取れる営業は、想像力がたくましいセールスのように「発想力豊か」でなければならない。

例えば、ショッピングで店頭に来られたお客様へ洋服を販売する。お客様にも創造力豊かになっていただけるように、生活の中の装いをイメージさせる陳列や試着・場所ごとのTPOを5感に訴える等の工夫をするなど注文を取るための最適な対応をします。



ターゲット顧客の企業規模・業態・扱う商品ごとに営業方法やシステム提案の考え方は異なりますが、あらかじめ計画を立ててターゲット顧客に対応することで発想豊かな営業活動ができます。

見込客に対して販売を計画するに当たっては先ず相手を理解することです。

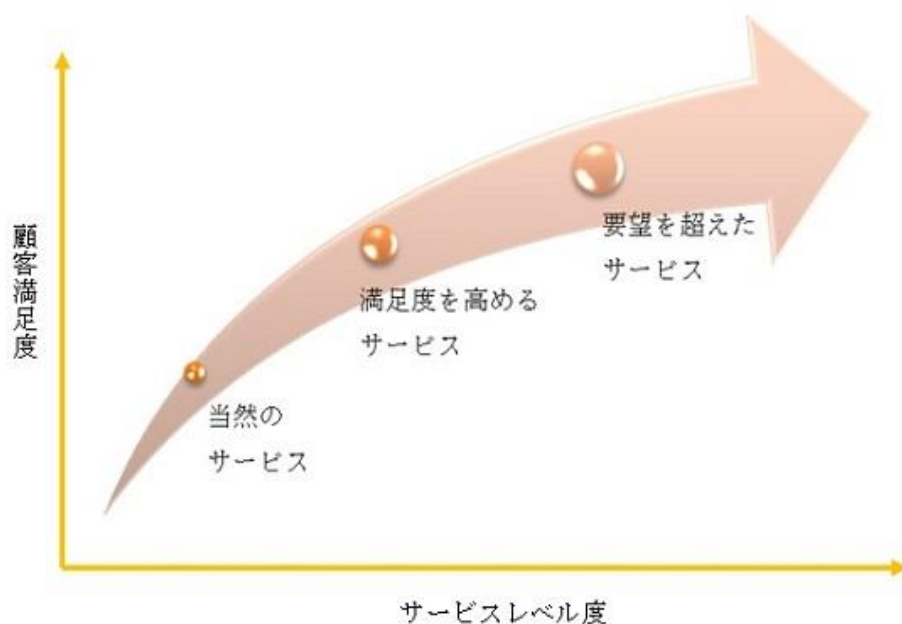
そのための販売計画を立案する前に、まず**第1**にすることは、**ターゲット顧客を理解する。**

第2にターゲットある条件のもと、顧客が何を考え、どんな行動するかを予測し、ターゲット顧客の「**考えや心の動き**」を知る。

第3にターゲット顧客の考えや心の動きに対応することが重要です。

ターゲット顧客のビジネス・カテゴリー（業種・業態・業務）や企業の規模の違いはあっても、購入に向かう「**考えや心の動き**」は多くは同じ購入に向けた行動に影響を与えます。

ターゲット顧客の**考えや心の動き**がどんな購入に向けた行動に影響を与えるかその傾向に基づいたことを知っていれば「**発想豊かで、想像力がたくましい**」営業活動を繰り広げていくことが習得できます。



日本ビジネスリード株式会社

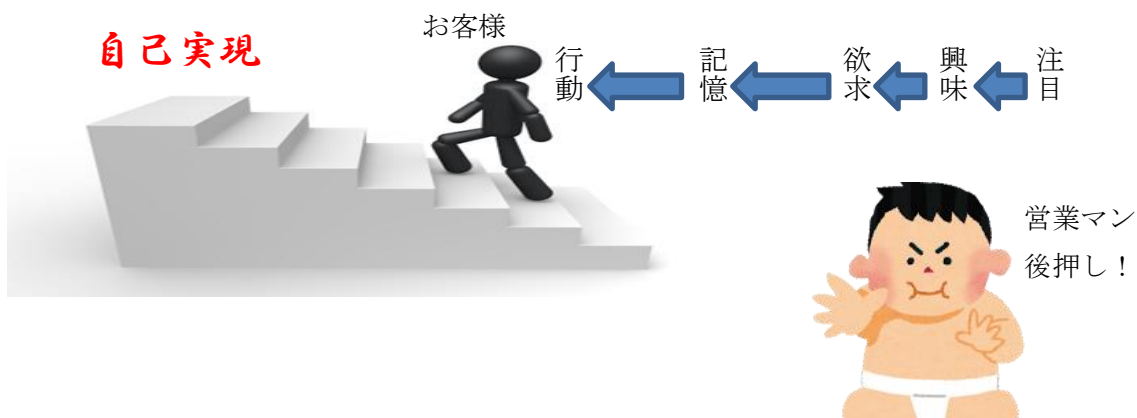
◇ ターゲット顧客の購買心理と計画的な営業活動

セールスステップ	心の階段	計画された行動
初期アプローチ	好奇心	名刺交換・自己紹介・商品紹介で好意的な興味を持ってもらう。そのためには事前調査も忘れずに
調査	関心	興味・関心を吹き込む。情報を収集する
提案	確信	それがないといけない・それをしなければならない。社会通念上「正しく」道理にかなっている印象を与える
デモ	要求	ターゲット顧客に「ためになること」「儲け」「損がないこと」などを証明する
クローズ	行動	購入の決定と契約を行う

◇ AIDMAの法則(ア IDM Aの法則)

商品やサービスを買いたいという気分を起こさせ、最終的に購入に結びつけるために購買プロセス・アプローチの「AIDMAの規則」があります。これも「ターゲット顧客の購買心理と計画的な営業活動」との関係があります。

心の階段	認識または心理と行動	計画された行動
注目(Attention)	その商品の存在を知り	「あっ！」と思わせる。
興味(Interest)	興味を持ち	もう少し聞いて(見て)みようか。
欲求(Desire)	欲しいと思うようになり	これはいいなあ、欲しいなあ、いいかも
記憶(Memory)	記憶して	いいものだし、誰かに相談しようかな！、
行動(Action)	最終的に購買行動に至る	よく考えた結果、思い切って買います！



◇ AMTUL の法則(アムツールの法則)

ターゲット顧客に商品・サービスを認識させて、購入に向かわせるように育てると同時に、営業マンである自分にもファン化させるセールスステップです。これも「ターゲット顧客の購買心理と計画的な営業活動」との関係があります。

心の階段	認識または心理と行動	計画された行動
認知(Awareness)	商品やブランドを知っている	知っていただく
記憶(Memory)	商品カテゴリで商品名がブランドとして結びつく	覚えてもらう
試行(Trial)	使った経験がある	試しに使ってもらう。味見
積極的な利用(Use)	なかなか活けるな。	続けて利用してもらう
固定客(LoyalUse)	大ファンになりました	使用するメリットやポイントカードで囲い込む

まとめ

- ① ターゲット顧客に商品やサービスに好奇心を引き出す言動をする。
- ② ターゲット顧客に商品やサービスの資料や話題などの準備をする
- ③ ターゲット顧客の内在する課題や問題を調査する調査シートの準備する
- ④ ターゲット顧客の問題解決していく方法について見通しをイメージさせる
- ⑤ ターゲット顧客が商品やサービスで受けるメリットを強調する
- ⑥ ターゲット顧客が契約する行動で抑制要因をデモや試用で除外させる

これらを計画的に行うことが「発想豊かで、想像力がたくましい」営業活動と言える

成功の鍵は、販売戦略をターゲット顧客の心の動きに合わせて自分自身で5段階ごとの**意識した行動**をすることにあります。

ターゲット顧客は、現在どの段階にいるのかを自らに質問をすれば、それに対応した取るべき営業マンとしての行動がわかります。

そして契約という行動にターゲット顧客させるためには「抜かりない・万全の準備と行動」が重要です。



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できる**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 ご利用のための動画 <https://youtu.be/1RzZ7ojuCg>

タイトル

「営業の心を強くする技術」とは・・・

- ・顧客の心（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。ぜひ実践体験してみてください。

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

support@jbls.biz