

KEYMAN-PRO **見込客の信頼獲得チェックシート**



「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・・・

信頼関係計画>信頼関係構築>**見込客の信頼獲得チェックシート**

Vol. **3**

【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（本資料）

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： 見込客へ解決策提示活動のチェックシート

Vol.6： 見込客に決断していただく活動のチェックシート

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。

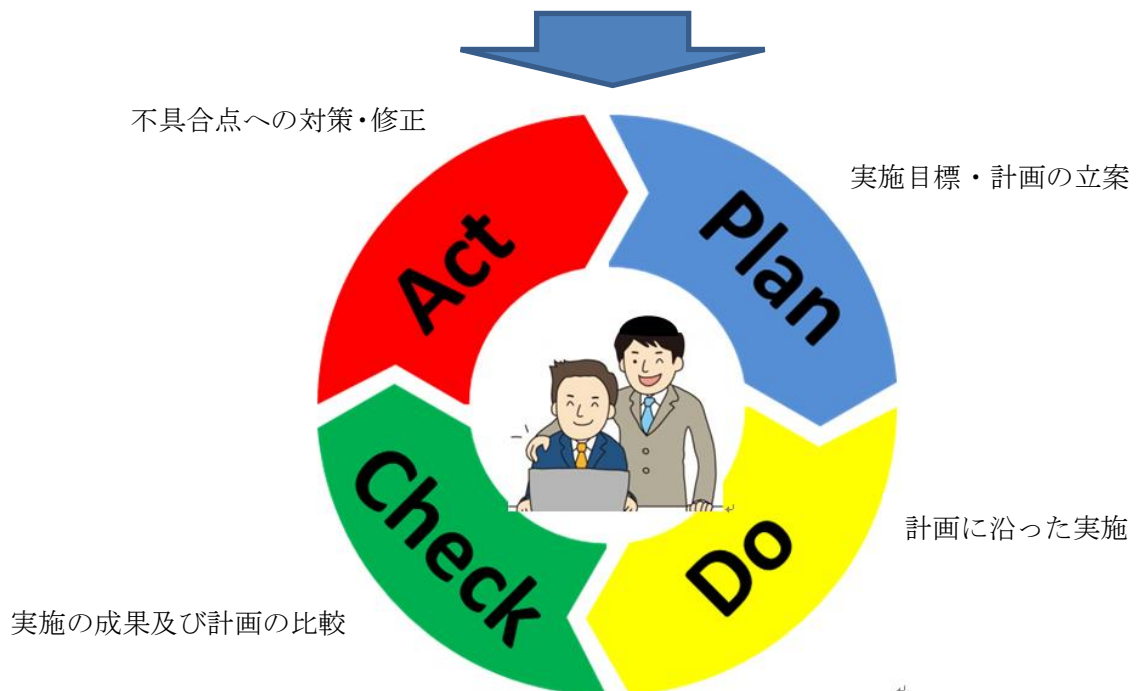
【 文 書 構 成 】

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



営業マンが信頼を得るための活動チェックシート

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

エレベータトークとはごく短い時間の中で、自分の言いたいことを相手にわかりやすく簡潔に伝える会話術のことをいいます。

信頼関係を作る為の活動(活動前の準備計画)

積極的にターゲット顧客の組織内の関係者と知り合いになる

訪問時のイントロダクション(アイスブレイク)

- 1. 初回訪問で相手の関心を引き付ける会話の内容
 - お客様へのあいさつ: 最初の準備された一言「エレベータトーク」を用意されているか
 - ビジネス関連の世間話: 相手を引き付ける準備された話題の提供はあるか
 - 訪問の目的を述べる: 相手にもメリットがある内容になっているか
 - 訪問目的を明確にし、一言(15秒以内)で言えるか
- 2. 面談する際の重要な第一印象(身なり・行動・言動)は大丈夫か

会社紹介

- 1. 自社紹介説明: 資料準備は十分か/多すぎないか(会社概要・アプローチするシステム資料)
- 2. 紹介事例の準備は整っているか(国内/海外事例)
 - ビジネスの実績(同じ業界や同じ業種において)
 - メリット/デメリットの紹介

キーマンと接触

- 1. 面談するキーパーソン(立場・役割)を理解する
 - 事業責任者か
 - 部門責任者か
 - ユーザーか
- 2. 立場的無関係(力関係でキーパーソンにはならない)の人が購買の動機を確認する
 - 経営課題は何か
 - 業務課題は何か
- 3. 個人・組織のニーズは何か
商談中にキーパーソン(立場)と力関係(人間関係・入社年度)を確認したか
 承認する立場, 決定する立場, 評価する立場, 利用する立場, 関与しない立場
 入社年次
- 4. 前職企業
面談するキーパーソンに信頼されるために下記の「心配リスト」を作成する
顧客の立場で担当者が抱く「勤めている商品」に対する「心配リスト」を考えて書き出してみる。
A)不安
B)疑問
C)質問
それらを事前に考え、自分から切り出す(質問する)
これによりキーパーソン(立場)の反応がかわります。
- 5. ここまで考えてくれているのだと言う理解が得られる。
- 6. 商品説明者でなく、顧客の課題解決者としての演じることができるか
- 7. ターゲット企業の業界動向を事前に調査したか
- 8. 同業他社の顧客が興味を寄せる情報は入手出来ているか
- 9. アプローチしている商品の関心事を探ったか
※顧客の利益と商品の相関を理解するために聞く

私は「物売り」ではありません。



営業マンが信頼を得るための活動チェックシート

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

信頼関係作りうまく行かない一般的な徴候

計画	<input type="checkbox"/> 1. 見込客に対する計画(セリングシナリオ)がない <input type="checkbox"/> 2. 効率の良い訪問のための準備をしていない <input type="checkbox"/> 3. _____ <input type="checkbox"/> 4. _____
活動	<input type="checkbox"/> 1. 準備しないで口だけで商談を行っている <input type="checkbox"/> 2. 見込客に関する情報量が増えない <input type="checkbox"/> 3. 見込客に入り込むのに苦労している <input type="checkbox"/> 4. キーパーソンとアポイントを取るのに手間取っている <input type="checkbox"/> 5. 名前を覚えてもらっていない(まず自分自身を売り込めていない) <input type="checkbox"/> 6. 会社紹介をほとんど行わない <input type="checkbox"/> 7. 自社製品サービスの優位性を説明できない <input type="checkbox"/> 8. 自社の信頼性や能力の位置付けをほとんど説明していない <input type="checkbox"/> 9. 取り扱い製品や自分の会社について話すぎのきらいがある <input type="checkbox"/> 10. 成功事例の紹介として、ユーザー例を引き合いに出さない <input type="checkbox"/> 11. 信頼関係を作るためのスキルをうまく使っていない <input type="checkbox"/> 12. 見込客の興味や関心を引き、味方に付けるまでに至ってない <input type="checkbox"/> 13. 見込客企業内に支援者や味方、親派の人を作れない <input type="checkbox"/> 14. 面談時間が短い・初回訪問で終わってしまう・(2度目の訪問が出来ない) <input type="checkbox"/> 15. 見込客の理解度・ニーズのチェックを十分に行っていない <input type="checkbox"/> 16. 商談の終わりに次のアポイントが取れない。取らない。 <input type="checkbox"/> 17. 訪問したことで満足して、次のシナリオを顧客と合意できない <input type="checkbox"/> 18. _____ <input type="checkbox"/> 19. _____
組織	<input type="checkbox"/> 1. 同行訪問をしていない <input type="checkbox"/> 2. 部下がどんなアプローチを行っているかわからない <input type="checkbox"/> 3. 活動報告会を定期的に行っていない <input type="checkbox"/> 4. 問題があって初めて担当者に確認を取っている <input type="checkbox"/> 5. _____ <input type="checkbox"/> 6. _____
個人	<input type="checkbox"/> 1. 見込客の話を聴こうとしない <input type="checkbox"/> 2. 基本的に自社製品の強み・弱みを理解していない <input type="checkbox"/> 3. 顧客に対する活動方針に関し相談がない <input type="checkbox"/> 4. 上司の同行訪問をいやがる(いつ訪問しても担当者としか会えない) <input type="checkbox"/> 5. いつも否定的な話しかできない <input type="checkbox"/> 6. 分からない事があっても質問しない <input type="checkbox"/> 7. いかなるレベルの人とも親密な関係が得られていない <input type="checkbox"/> 8. 商談がどのレベルまで言っているか理解できていない <input type="checkbox"/> 9. _____ <input type="checkbox"/> 10. _____

営業マンが信頼を得るための活動チェックシート

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

信頼を得るための支援策

計画	<input type="checkbox"/>	1.	商談のシナリオを作る(①この商談のゴール設定②ゴール達成のために誰が、誰に合うか③どんな内容話すか④どんなセールスツールを使うか)
	<input type="checkbox"/>	2.	必要に応じて、「顧客管理表」と「キーマン管理表」を使って対応方法を検討する。
	<input type="checkbox"/>	3.	_____
	<input type="checkbox"/>	4.	_____
活動	<input type="checkbox"/>	1.	新規見込客商談で目的を明確に伝える
	<input type="checkbox"/>	2.	アポイントをとるやり方を見直す(見込客に会うことに意味を感じさせる)
	<input type="checkbox"/>	3.	見込み客が抱えている課題について詳細に把握して、より親密な関係を構築する
	<input type="checkbox"/>	4.	顧客に影響のある環境(人材等)の活用を促す
	<input type="checkbox"/>	5.	信頼を獲得するために説明は文書を用意して行う
	<input type="checkbox"/>	6.	訪問都度の目的を理解して、見込客の関心毎を聞き出し、次回訪問のシナリオにする
	<input type="checkbox"/>	7.	_____
	<input type="checkbox"/>	8.	_____
組織	<input type="checkbox"/>	1.	訪問をする前に、訪問目的を確かめて、訪問の前の計画がきちんと立てられるかどうかを確認する
	<input type="checkbox"/>	2.	訪問準備ができないのであれば営業定型的説明資料として会社・商品/サービスの優位性・事例などの資料を用意する
	<input type="checkbox"/>	3.	営業のコーチ役は聞き役に徹して、担当営業マンの活動を毎日確認を行う。
	<input type="checkbox"/>	4.	担当営業マンが見込顧客にどの程度「信頼」を獲得しているかを日次で確認する
	<input type="checkbox"/>	5.	担当営業マンが信頼関係を構築した見込客に同行訪問し、その担当営業マンの所作をウォッチし、訪問終了後、所作に対してアドバイスを行う
	<input type="checkbox"/>	6.	初期訪問「信頼関係を構築する」するためのロールプレーと模範的な訪問ロールプレーを行い、アドバイスを行う(当社の実力・何が貢献できるかを説明する)
	<input type="checkbox"/>	7.	見込客からの関心を引く方法について営業マンとディスカッションをする
	<input type="checkbox"/>	8.	「顧客管理表」と「キーマン管理表」を活用して管理者と確認するようにする。
	<input type="checkbox"/>	9.	営業マンと見込顧客にとって貴重な情報を伝える
	<input type="checkbox"/>	10.	_____
	<input type="checkbox"/>	11.	_____
個人	<input type="checkbox"/>	1.	営業マンとしての身だしなみや話の仕方などを確認する
	<input type="checkbox"/>	2.	自分を売り込むためにSPICEを話題の中に入れる
	<input type="checkbox"/>	3.	勉強して自信を付ける。見込客企業の業界・企業・業務の課題・あるべき姿・先進事例等情報を収集する
	<input type="checkbox"/>	4.	訪問シナリオで見込度を上げていくことが目的の見込度ランクを常に意識させる
	<input type="checkbox"/>	5.	分からないことは聞かないことは見込客であっても聞く習慣をつける
	<input type="checkbox"/>	6.	_____
	<input type="checkbox"/>	7.	_____

SPICE とは・S:サービス (Service)、P:保護 (Protection)、

I:情報 (Information)、C:利便性 (Convenience)、E:経済性 (Economy)

「物売りはダメ」で、自分や製品についても SPICE を利かせたトークをする。

顧客管理表

営業担当氏名		部署名		年 月 日記	
会社名(正式社名)	【企業マイナンバー: _____】			代表者名	
				電話	
資本金		年商			
売上高		従業員数			
業種		決算期			
業界NO.1企業		業界NO.2企業			
企業の今年目標					
業界の課題					
企業の課題					
業務課題					
【現行システム】					
【登場人物】					

最新版

キーンズ管理表

営業担当氏名 部署名 年月 日記

会社名(正式社名)	代表者名	電話番号	プロローグ品目	プロジェクリーダー	決定時期	予算化/金額	当社の対応														
							短時間	複数回時間	深い												
【企業マイナンバー】	公式名役割	変化する通能力/考え方	当社に対する立場			当社の対応															
氏名	部署	役職	承認者	決定者	評価者	利用者	技術強者	構想者	実用者	保守的	機敏的	味方	支持者	中立	非支持者	敵	未接触	短時間	複数回時間	深い	
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			
			最大興味				専門]興味					個人興味						他の興味			

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/>