

営業変革トップセミナー

ともに営業を変えましょう！

和田創研代表
営業実践大学理事長

和田創

(和田創が、経営トップと営業幹部の方々へ発信したメッセージを原稿に起こしたものです)

営業コンサルタントの「和田創」でございます。

といいましても、私の場合は「営業変革」を推し進める一点に絞って、企業が営業を変える、そのお手伝いをしている「コンサルタント」でございます。

また、営業変革に則した商談手法といいますと、注目の「提案営業」になるでしょう。これは「コンサルティングセールス」や「ソリューションセールス」とも呼ばれます。営業担当者が提案営業を身につける、そのお手伝いをしている「インストラクター」でございます。

そして、私の仕事の根底にありますのは、「営業を変えないかぎり、企業は生き残れない」という、営業コンサルタントとしての基本認識、いや信念でございます。



さて、このところ、企業を取り巻く環境が劇変しました。したがって、営業活動を巡る環境も一変したことになります。

「商品がさっぱり売れない…」。「業績がまったく上がらない…」。私はさまざまな企業にうかがい、こうした嘆きや悩みをしばしば耳にします。

しかし、環境が変化すれば、これまでの営業方法が通用しないのは明白です。従来のやり方を見直し、新たな視点から“活性化”することが急務といえるでしょう。



そして、環境変化の最たるものは、商談の主導権が売り手側から“買い手側”へシフトしたことです。それは取りも直さず「顧客の時代」が到来したことを意味します。

主役はもちろん「顧客」であり、それゆえに営業担当者は彼らの共感と信頼を獲得することに全力を傾注しなければなりません。

ところが、営業担当者は依然として“自社都合”に基づく営業活動を顧客へ押し付けようとしています。一方的な「買ってください」に終始して相手から嫌われ、その結果、営業成績をひどく低下させているのが実情です。



冷静に考えるなら、商品の“差異”が縮小する競争環境では、営業担当者の「提

案」によるライバルとの差別化が必須になるはずです。

また、顧客の“購買意欲”が衰退する飽和市場では、営業担当者の「提案営業」による潜在ニーズの掘り起こしが不可欠になるはずです。

このように自らの働きかけで注文を創造していく「創注」を実践することが、営業成績の低迷や不振を打ち破る決め手といえるでしょう。

営業担当者が顧客のもとへ足を運び、顧客の前で頭を下げて注文にあずかる“受け身”の姿勢は、もはや通用しません。

足で稼ぐから“頭で稼ぐ”商談スタイルへ。受注型から「創注型」の営業活動へ。

営業担当者がこれまでのやり方を思い切って転換しないかぎり、売り上げも利益も決して伸ばすことはできません。

経営の観点から述べるなら、“考える”営業担当者を育て、営業を変えた企業のみが「生き残り」を許されるのです。それが販売目標、ひいては経営目標の達成を可能にする道でもあります。



ところで、提案営業とは何か、ごく手短にご説明しておきましょう。

提案営業とは、営業担当者が顧客の「課題」を明確にし、自社の商品やサービスがその「解決」にどのように役立つのかを説得して、商談をスムーズに成立させようとする取り組みです。

営業担当者は、自社商品をあくまでも課題解決の“手段”と位置づけることで、顧客の共感と信頼を獲得していきます。

当然ですが、課題解決策という“答え”を提示する以上、相手は「○」しかつけられません。提案営業では脅威の商談成功率が実現するのです。

「顧客満足なしに自社利益なし」。昨今の厳しい経済環境下にあっても、売り上げを伸ばしている営業担当者や業績を上げている企業に共通した考え方です。

提案営業こそは、顧客満足と自社利益を高次元で“両立”させようとする理想の営業方法といえるでしょう。



私が企業研修で厳しい指摘を行うと、営業担当者から反論をしばしば受けます。「自分なりに一生懸命にやっているつもりです」と。私は何もそれを疑っているわけではありません。

しかし、今日幸いにして顧客からの「引き合い」に恵まれたとします。そして、営業担当者がそれに応じて顧客へ「見積書」を提示します。

そんなやり方の先に待ち受けるのは、顧客の「値引き要求」か、ライバルとの「値引き競争」だけです。これでは“御用聞き”そのもので、営業活動に何の創意も工夫も見られません。

このような商談の名に値しない「値引き頼み」の営業に“大ナタ”を振るうならば、会社はかならず儲かります。営業担当者に甘えや言い訳を許しては、会社はまったく持ちません。

どうか提案営業へ転換し、ライバルに“圧勝”しましょう。「値引き漬け」から脱

却しない企業と営業担当者の明日はきわめて暗いと自覚してほしいのです。

私は何も地道な商談を軽んじているわけではありません。でも、こう思っています。

「小さな顧客から小さな注文をかき集める営業方法では、売り上げ形成、ましてや利益確保に限界がある」と。

優良顧客を対象に、大口商談を決定することができるかどうか、これが“勝ち組”への入口となるでしょう。



ここで、和田創方式カリキュラムに基づく「提案営業研修」をご紹介します。これまでに業種や商品を問わず、数多くの企業で採用され、その有効性と成果が証明されています。

本研修では、豊富なコンサルティング経験を持つ講師が、①基本編、すなわち提案営業の考え方、②実践編、すなわち提案営業の進め方、③事例編、すなわち提案営業の生かし方という“3本柱”で、提案営業のノウハウを掘り下げて指導します。

とりわけ提案営業の最重要ツールとなり、大口商談や新規開拓の成否を左右する「提案書」の作成方法に踏み込んで解説します。

プログラムは、まず営業担当者の「意識の改革」を促し、次に「営業方法の転換」を図るという立体的な構成になっています。

なお、本研修は、学習の機会というより、「仕事」の一環として実施します。営業担当者は現実の案件を念頭に置き、提案書を作成します。

つまり、研修を通じ、受講者一人ひとりが優良顧客を対象とした大口商談へ果敢にチャレンジすることになります。

そして、このような仕事に密着したプログラムにより、受講企業は売り上げと利益を確実に向上させられるのです。



営業活動にまつわる苦勞や困難は、いやはや実にさまざまです。

例えば、顧客の引き合いが減少している、ろくに訪問や面談に応じてもらえない、既存顧客の深耕や新規顧客の開拓が進まない、値引き要求に泣かされている、商談の成功率が低下しているなど、数えあげれば切りがありません。

しかし、すでに述べたとおり、環境が変化したいま、従来の方の“延長”では、こうした諸問題を克服することは絶対に無理です。

まさに企業の存続をかけた「営業変革」の推進が、経営上の最重要課題となっています。

経営トップと営業幹部の皆さま、どうか私と協力して、御社の営業を大胆に変えようではありませんか。合言葉は「営業を変えよ！ 利益を伸ばせ！」です。

力強い“勝ち組企業”を目指して、自社の営業を抜本的に見直しうるラストチャンスを迎えつつあります。一刻の猶予もありません。このタイミングを逃せば、最悪の場合、淘汰か再編の波に飲み込まれてしまうでしょう。



21世紀初頭、環境は変わっています。

したがって今日、会社が伸びるとは、会社が変わることなのです。社員が育つとは、社員が変わることなのです。

「変わればうまくいくという保証はないけれど、変わらないかぎり生き残れない」。そう断言することはできます。



ご清聴、まことにありがとうございます。営業コンサルタントの「和田創」でございました。

提案営業研修 **和田創研** 営業変革研修

TEL 050-3786-3704 FAX 050-3737-4562

MAIL info@wadasouken.co.jp

Copyright ©2006 by Sou Wada All Rights Reserved.

※複写・複製・転載・翻訳・入力などを禁ず。