



営業科学コンサルティング

営業は個人的センスではなく、再現性のある科学です

営業はとかく個人的センスに依存しがちです。ですが、特定の個人に依存したままでは会社全体の業績を上げることはできません。営業科学コンサルティングでは、『営業マン』、『商品』、『お客様』の3方向から売れない理由を科学的に分析し、その価値を最大限まで高めることによって、高額商品が再現性を持って売れていく営業の仕組みを構築します。



3つのスキルの修得で高額商品が売れる営業マンが育つ

営業科学メソッド

お客様の購買意欲を高める
先生ポジション



商品本来の価値を引き出す
強み発掘&言語化



売れるお客様を明確にする
顧客分析

営業科学コンサルティング 3つの特長

特長1. お客様との関係性を作り、購買意欲を高める先生ポジションの構築

営業マン向け心理カウンセリングによって、営業マンが自分の強みを理解し、新たな使命を見つけ、多くの顧客に選ばれる営業マインドを身につけることが可能です。そこからさらに、お客様との関係性を強める『先生ポジション』を構築します。売りたい商品を提案するのではなく、お客様の問題解決や願望を提案するのが先生ポジションです。お客様から「専門知識を持った先生」と見られることによって、信頼関係が深まります。先生ポジションが構築できると、売り込みせずにお客様の購買意欲を自然と高めることができます。

特長2. 商品・サービスの強みの再発掘と言語化

自分の本当の強みは無意識であったり当たり前になっているため、営業マン自身が気づいていない付加価値が実は潜んでいます。お客様インタビューと商品分析により、営業マンが気づいていない真の強みを再発掘します。そして、その付加価値を言語化していくことで、商品・サービスが持つ本来の価値がお客様に伝わり、高額商品が売れるようになります。

特長3. 商品を求めているお客様が見つかる顧客分析

上位顧客分析によって、売れるお客様の特徴や属性を明確にします。優先順位が明確になるため、営業の効率化・契約率アップにつながります。さらに、下位顧客分析も行うことで、対象外と思いついていた下位顧客層からも、上位顧客へと引き上げを行います。正確な顧客分析を行うことで、営業マンのセンスに頼らず、アプローチ方法・提案内容・クロージング方法を使い分けられるようになります。

営業科学コンサルティングで得られる効果

- なんとなく仕事をしていた営業マンが、使命感を持った粘り強い営業マンに変わります。
- 使命感を持った営業マンは、お客様のお困りごと解決を自分事と捉えるようになり、より深い関係性を持てるようになります。
- 今まで苦手意識のあったお客様から、信頼され、必要とされる営業スタイルが身につきます。
- 購買意欲を高める「問いかけ力」が身につく、高確率で契約が受注できるようになります。
- お客様の要望のみに振り回されることなく、営業マン主体の提案へとコントロールができるようになります。
- どの分野でも切り込んでいける応用力のある問いかけ力が身につきます。
- お客様から尊敬される先生ポジションが取れるようになります。
- お客様から相談される存在となることで、他社より早く有利な情報を提供できる営業マンが育ちます。
- 営業マンが自発的に資格を取りに行くようになるなど、自ら価値を生み出す営業マンに変わります。
- 営業に再現性が生まれることで、全社の営業力がレベルアップし、目標達成が加速していきます。

営業科学コンサルティング導入事例

コンサルティングメニュー	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目
1. 営業マインド醸成 先生ポジション構築	心理カウンセリング 営業マインドの醸成	選ばれる理由を見つけるための お客様インタビュー ・営業マン ・会社 ・商品				
2. 商品価値の言語化			商品分析・グルーピング 商品価値の言語化			
3. 販促資料の制作 ロールプレイング			販促資料の制作	ロールプレイング		
4. 顧客分析					上位顧客分析 下位顧客分析	
5. 営業進捗管理表 作成・実践・検証					営業進捗 管理表作成	実践&検証

費用

- 営業マン集合研修方式 月額15万円×6ヵ月～ ※旅費交通費別途
- 研修時間、回数、内容に関して、カスタマイズのご相談承ります。

選ばれる理由

■ お客様の声 / クモノスコーポレーション株式会社 中庭社長

弊社は技術集団でありながら、商品開発を行い、新しい技術の測量機器も販売しています。以前の弊社は、営業ノウハウがなく、私(経営者)がトップ営業を行って来ました。営業マンはトップ営業頼みの状況で、いい商品だから広めたいという理想と、売れない現実にジレンマを持っていました。私は「勘と経験と情熱」だけでは商品は売れないことはわかっていました。そんな時、「営業科学コンサルティング」を導入しました。4ヶ月に渡り、「営業マインド」「先生ポジション」「顧客分析」を行い、営業マンが高付加価値を理解し、自社に合う顧客を見出し、ついにヒット商品となりました。「営業科学コンサルティング」は営業マン自らが商品や会社の強みを見出し、売れる市場を見つけ、売れない商品をヒット商品に変えるコンサルティングだと言えます。

- 99%売れないと言われた2万円の商品を、契約率71%、14億円販売した経験
- 売れる営業マンのエッセンスを瞬時に見抜く眼力
- 年間で3,000万円の売上を6ヶ月で2億4,000万円へと導く実績(1000万円の商品)
- それまで売上実績のない販売チームを4ヶ月で5850万円へ導く実績(450万円の商品)

一生モノの営業力を自社に根付かすことができる！

営業科学メソッドは一定期間のトレーニングと実践の反復により全社に浸透させることが可能です。特定の個人の資質に依存しない営業の仕組みが構築できることで、売れる人材を計画的に育成できるようになります。また、営業科学メソッドが社内に根付くことで、商品・サービスが変わろうとも生産性の高い営業を継続的に行っていきます。

プロフィール

チーフコンサルタント

井上 保 Inoue Tamotsu

著書:「営業を科学する(仮)」セルバ出版

- 資格: 学術修士・認定心理士
 - 箕面商工会議所「経営相談」相談員(2015～)
- 大学卒業後、佐川急便印刷にて下板営業を学ぶ。その頃、ブティックを営んでいた母が急死。若くして天国に旅立った母の無念を知り「モノが売れる仕組みを知りたい」との思いを抱きベンチャー系の営業会社に転職。2万円の健康機器の営業を任せられるものの、営業マンは自分一人。流通経路もなく、商品の効果も保証されておらず、当初は売れない日々を悩む。売りづらい商品が売れるようにするために、権威ある人の推薦をもらおうと勤務しながら大学院へ通学。大学教授のお墨付きを取得。また、人脈をたどり王監督への販売にも成功。「価値の見える化」が営業成績に直結することを学ぶ。さらに、セミナー営業を通じて「商品の価値を言語化するスキル」を体得したことで、営業マンは1人のままながら、5年間で14億円の売上を達成。その方法を3つの公式として体系化し営業経験0の後輩に伝授したところ、自分以上の売上げを上げる営業マンに成長。独立後はこの再現性のあるノウハウを使い売上アップに悩む企業を支援、高額商品が売れる営業マンを数多く輩出している。

