

現場営業のここがポイント！  
営業の「仕組み」と「仕掛け」

平成29年6月22日（木）

株式会社スタジオ02 大関暁夫

# 営業の仕組み

# 営業の仕組みを知る

営業成果が生まれる仕組み

営業成果 = 営業量 × 営業知識

営業にセンスは不要！

# 営業量の増やし方

- 営業ゴールデンタイム厳守
- 事務の排除（分業制の徹底）
- 効率的訪問アポ入れ

(目安) 面談時間 1 日 180分以上

成績優秀営業 → 240分以上

成績低調営業 → 120分以下

# 営業知識とは

- 自社商品・サービス
- 他社商品・サービス
- 売込先情報 & 業界情報
- 経済動向・一般教養
- 自己経験 & 他人経験

# 営業の仕掛け

# 営業の仕掛け～必勝ステップを知る

(1) 予備調査

(2) カットイン

(3) ヒアリング

(4) プレゼンテーション

(5) クロージング

+ 継続アプローチ

# 予備知識

顧客・環境・競合を知る

**顧客**＝基本情報、想定ニーズ

**環境**＝顧客業界情報

**競合**＝提案情報、強み・弱み分析



# カットイン

## 相手の懐に入り込む

- 「予備知識」の徹底活用
- 「知っています」「関心あります」姿勢
- ほめワードと情報提供で信頼形成

# ヒアリング

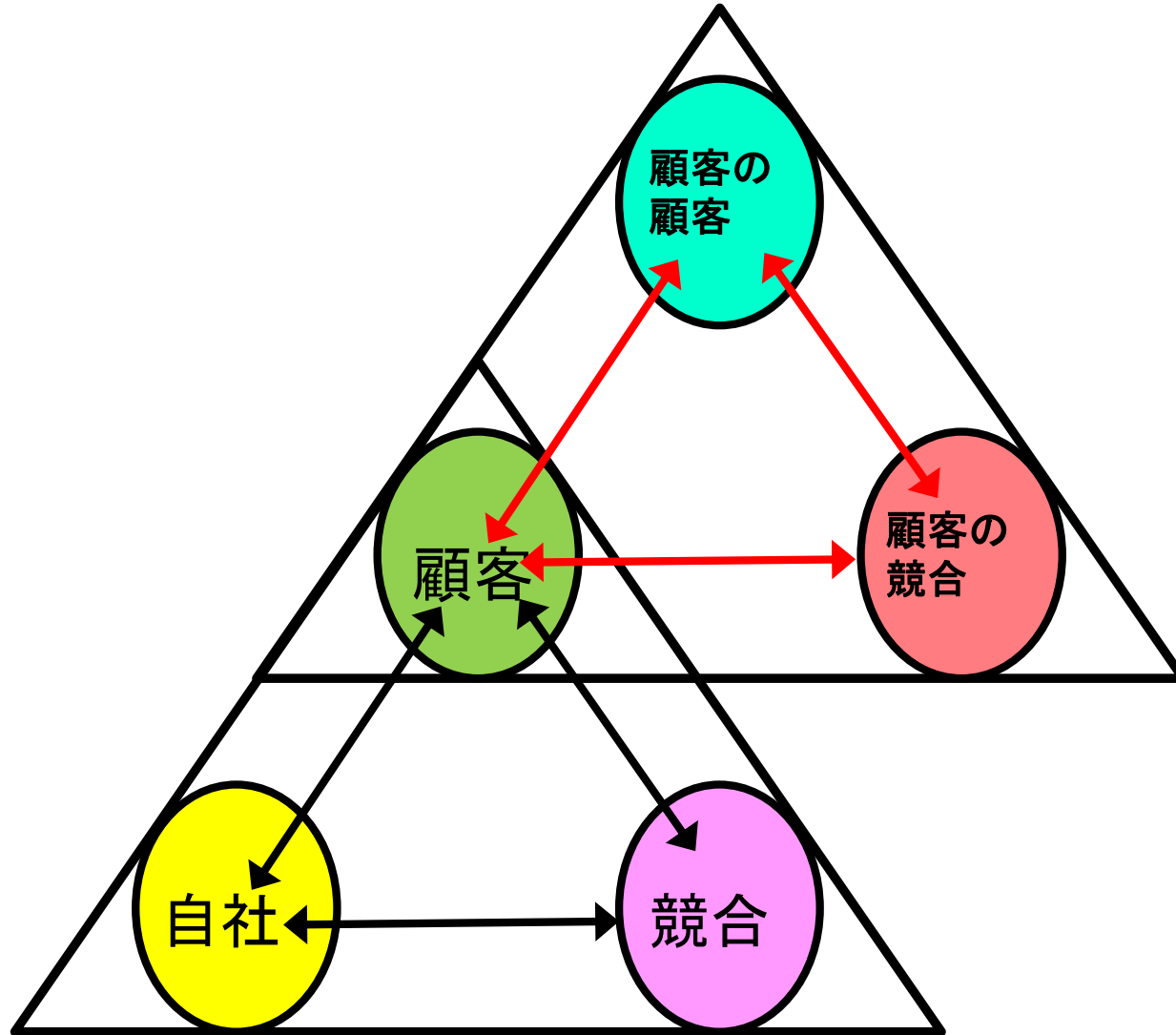
相手の資金ニーズを挽き出す

- コミュニケーションの3原則を知り、  
「話す：聞く＝3：7」以上を心がける
- W3Cモデルで質問し  
潜在ニーズ把握を心がける

# (参考)コミュニケーションの三原則

- コミュニケーションは、「量」が「質」をつくる
- コミュニケーションは、Skill(技術)よりWill(意思)
- コミュニケーションは、「話す」より「聞く」

# (参考) W3Cモデル・ヒアリング



# プレゼンテーション

## タイミングと相手が重要

- ニーズ察知がベストタイミング  
(ニーズのないところにセールス機会なし)
- 決裁権者(院長)の引っ張り出しがポイント  
(特に事務長が窓口の場合)
- 小さな応諾でクロージングまでセットに  
(デモ機の設置、試行の応諾等)

# 継続アプローチ

周辺取引、紹介案件を引き出す

- ×カスタネット営業    ○ドラム営業
- 定期的な情報提供で信頼感をアップ
- 医療機関仲間等の紹介を引き出す

ご清聴ありがとうございました。