

営業とは何か？

モノを売るのが営業ではありません

営業の目的は「問題を解決すること」

顧客の“困っていること”や“実現したいこと”に心から寄り添うこと

→セールスではなく、「提案・伴走・信頼構築」が営業の本質です

営業の本質を表すキーワード

これからの営業は、一方通行ではありません。

- 提案ではなく「共創」: お客様と共に、最適な解決策を創り上げていきます。
- クロージングではなく「合意形成」: お互いが納得し、共に未来へ進むための確認です。
- 顧客との関係性を「交渉」ではなく「パートナーシップ」として捉える: 長期的な信頼関係を築き、共に成長することを目指します。

質問の技術が営業のカギ

- ◆ 営業の会話の主導権は「質問」にあります。
- ◆ 説明ばかりになっていませんか？
- ◆ 顧客に「引き出す力」こそが信頼を生み、お客様の真のニーズを理解する唯一の方法です。
- ◆ 「質問する人」が、顧客の課題解決に最も貢献できる人です。

ワーク | ニーズ深掘りロールプレイング

学んだ「事実→理由→感情」の質問フレームを使って、実際にニーズを深掘りする練習をしましょう。

■ワーク指示:

ペアになり、一人が「営業役」、もう一人が「顧客役」として、提示されたシナリオに基づき、“事実→理由→感情”の質問フレームを使ってニーズを深掘りしましょう。

■顧客役のポイント: 最初は表面的な回答にとどめ、営業役の質問に応じて徐々に本音を出すようにしてください。

■営業役のポイント: 相手の回答に耳を傾け、適切な質問を重ねて深層ニーズを引き出すことに集中しましょう。説明は不要です。

■シナリオ例: 「最近、社内で新しい業務管理ツールを探しているお客様」

✓時間配分: 営業役・顧客役を交代し、各5分。合計10分で実施。

価値提案の伝え方

提案は「商品の説明」ではありません。お客様がその商品・サービスを導入することで「どのような未来を手に入れるか」を描くことです。

提案の基本構造：

◆ベネフィット(得られる価値)

- お客様が「得られる嬉しいこと」「課題が解決された後の理想の状態」から伝えます。
- 例:「このサービスを導入すれば、お客様の業務時間が週に5時間削減され、より重要な戦略業務に集中できるようになります。」

◆機能・特徴(仕様や仕組み)

- そのベネフィットがなぜ実現できるのか、具体的な機能や仕組みを説明します。
- 例:「なぜなら、このツールは自動化機能が搭載されており、ルーティン作業をAIが処理してくれるためです。」

◆再びベネフィット(顧客にとっての意味づけ)

- 最後に、その機能がお客様にとってどのような意味を持つのか、改めて強調します。
- 例:「結果として、お客様は本来注力すべきコア業務に時間を投資でき、事業成長を加速させることができます。」

ケーススタディ①: 価格提示ができず商談を切り上げたAさん

このケーススタディを通じて、顧客の購買意欲を高めるプロセスとクロージングへの自信を強化します。

■Aさんの状況:

- 顧客から好反応を得ていたが、見積提示前に自信を失い「検討してください」で終了。
- その後、音沙汰なし。

■想定される課題:

- 顧客の“買う理由”の積み重ね不足。
- クロージングへの恐れ。
- お客様の「感情ニーズ」を深掘りしきれていなかった可能性。

■ワーク:

1. Aさんが取れていた「5つのYes」は、どこまでだったと推測できますか？
2. お客様に「買う理由」を補うとすれば、どのステップ(例: 事実、理由、感情の質問、価値提案、合意形成など)で、何を設計すべきだったのでしょうか？
3. Aさんが次に同じような状況になったとき、どのような「型」で商談を再設計すべきか、具体的なセリフや行動を交えてグループで再設計し、発表してください。(模造紙・ホワイトボード推奨)

成功事例から学ぶ「型」の応用

失敗事例だけでなく、成功事例から学び、学んだ「型」がどのように成果に結びつくかを具体的に理解しましょう。

■**ワーク:** これまでの学びを活かし、あなたが過去に成功した商談や、成果につながった営業活動を具体的に振り返ってみましょう。

■**成功のポイント:**

1. どの段階で、どんなお客様のニーズを捉えられましたか？（事実→理由→感情の質問を思い出してみましょう）
2. 質問の技術や価値提案の伝え方（サンドイッチトーク）で、特に効果的だった点は何ですか？
3. 5つのYesといった「合意形成の型」を意識しましたか？具体的にどう活かしましたか？
4. フォローアップで次につながった具体的な行動は何でしたか？
→自分の成功事例をA4用紙1枚程度にまとめ、グループ内で共有し、互いの成功要因を分析しましょう。

■**ディスカッション:** 共有された成功事例に共通する「型」や「パターン」はありましたか？それを今後の営業活動にどう活かしますか？