

提案型営業力強化 「お客様の課題を引き出す／把握する力」のご案内

2024年7月26日

株式会社シンスター



提案型営業を行う意味は？

お客様主導の引合型営業から当社主導の提案型営業へ営業スタイルを転換することで、ビジネスをコントロール可能に進めると同時に当社の持つ付加価値に対するお客様の認識を高める。

但し、御用聞き営業は“悪”ではない
⇒ビジネスとしては必要な要素！
今日の糧、ビジネス上の関係作り

「提案型」営業

V.S.

「御用聞き」営業

◆提案側主導

お客様のニーズを掴み、
こちらから仕掛ける！

ビジネス上の
大きな違いは？

◆お客様主導

お客様の要件に基づき、
対応するものを用意する

コントロールラブル(にし得る)

他社に先んじて議論ができ、真のニーズを
掴んだ提案ができる
⇒付加価値を認めて頂ければ
価格競争を回避

アンコントロールラブル

多くの場合は競争となり、内容面での差異
化を図り難い
⇒結果、価格競争になり、
苦しい戦いを強いられる

▶ 継続した提案型営業により、他社との消耗戦から脱却し、Win-Winの関係に基づくお客様にとっての唯一無二のパートナーとなる

商談を具体化するための営業の在り方

お客様はなぜ商談の時間を取ってくださるのか？



何らかの期待を持っているから

お客様は何を期待しているのか？



会社/自身のビジネスの「課題解決のヒント」

具体的に期待されることは、お客様によって異なる

課題を明確に
持っている場合

検討テーマごとに
状況は異なる

課題が
明確でない場合

◆課題解決の具体策・サービス情報

- ・新商品／新サービス検討のための情報
- ・既存ビジネスの課題解決
 - 業務の非効率の改善策
 - 限られた予算での運用上の工夫
- ・具体的な商品・サービスの提案と価格
-

◆業界トレンド・他社動向などの情報

- ・お客様の業界の動向に関する情報
(政治や規制／新技術／市場ニーズなど)
- ・同業他社の取り組み(成功事例など)
- ・市場で提供されている商品やサービス、
価格などに関する全般的な情報
-



お客様は、必ずしも課題を明確に出来ているとは限らない。**お客様との議論を通じてお客様理解を深めつつ、お客様の琴線に触れる情報提供、提案を行うことが肝要！**

セッション1:初めての訪問機会の効果を最大にする

初回訪問の 目的

お客様の課題を話して頂きつつ、自社および担当個人としての信頼を勝ち取る

- 【傾聴】 お客様の話を『自分ゴト』と受け止めて聞く
- 【質問】 理解を深めるために、重要なポイントを話して頂けるように質問する
- 【仮説】 具体的内容を引き出すために、仮説をぶつけて議論を深める
- 【事例】 仮説の根拠となる、或いは議論を深めるための事例を用意しておく

議論を通じて、自社
及び担当個人の力量
の高さを示す

⇒信頼を勝ち取る

【提案準備】
事前に入手できる情報から
お客様訪問で有意義な会話を
するための仮説構築

- ・事前課題
 - ケースを利用した個人別仮説立案
- ・研修
 - チームでの仮説議論
 - 全体討議
 - ⇒ お客様訪問時の目的を押さえた
仮説立案手法の習得

【初回訪問(ロールプレイ)】
準備で立てた仮説を基にした、
お客様課題の引き出し／把握実践

- ・ロールプレイ準備
 - 営業役:目的に応じたストーリー検討
 - 顧客役:提示された情報に基づく役作り
- ・ロールプレイ実践と振り返り
 - 顧客訪問時の「傾聴」の意味と実践の習得
 - ロールプレイに基づく
自社の営業の傾向把握
お客様の立場に立った顧客心理の検討

セッション2:お客様の課題を解決する具体的イメージの提案

2回目以降の 目的

お客様の課題に対する自社の理解を示し、今後の課題解決の方向性を議論し、自社がその取り組みを支援する具体的イメージをお客様に持って頂く

【共通認識】 お客様の課題に対する理解が間違っていないかを確認しつつ、こちらの理解力の高さを示す

【方向性】 今後の取り組みの方向性とそれが生み出す効果を議論しつつ、お客様だけでは力不足となる可能性がある部分を明らかにする

【付加価値】 課題に対して、いかに自社がうまく支援できるかの『具体的イメージ』を持って頂けるように伝える

【次のステップ】 出来るだけ早く次の具体的な活動に繋がるように持っていく

議論を通じて、自社及び担当個人に
お客様が必要とする
能力がある事を示す

⇒行動に繋げる

自身の提案をお客様に納得してもらう、前に進めてもらうためのスキルをpushする

お客様の課題解決に資する提案内容
⇒ お客様の巻き込み

お客様担当者の検討状況、心理変化も
pushした上での、提案内容実現に向けた
アプローチ手法





納得と共感を作り出すスキルの強化

◆お客様に提案し、相手の納得を作り出すスキル





- ・納得を作り出すコミュニケーションプロセス
- ・提案の論点を相手の感情も含めて推察する
- ・相手の立場や感情を配慮して伝えて動かす

ロールプレイでの参加者の声

◆お客様役の気付きコメント

-  こちらの話を、あまり聞かずに、やたら自社の商材を押ししてくるなあ・・と思った。（自分もそうしてるのかなあ、と思った。）
-  「他に課題はありませんか？」といったオープンな質問は、相手はすごく答えづらいと反省した（場合によっては不快かもと思った。）
-  自分の話したことを関心を持って聞いてくれると、もっと話そうという気になった。逆にすぐに次の質問に行かれると、ちょっと、それは、違うのでは、と思った。
-  質問をたくさんしてくれて、聞いてくれるのは悪い気はしないが、逆に期待値が高まる。これだけ聞いたからには、ちゃんと提案してくれるんだろうね・・ってお客さんは思うかなと思った。

◆営業役の気付きコメント

-  事前に、課題の仮説を整理してからヒアリングに臨むと効果的に質問と議論ができると実感した（いつもは場当たり）
-  PRのお客様役の設定資料を読んで、自分が本当に一部のところにこだわって全然聞けてないことに気づいた
-  お客様役に、自分の提案したことに関心を持ってもらったら、うれしくて（得意げに）そればかり話して、時間を使ってしまっていた（自分の話ばかりでヒアリングに時間をさけなかった）
-  話そうという気持ちになって頂くことが大事。そのための関係性を、どれだけ早く作れるか。こっちの事を考えて話してくれる営業は、なかなかいないものだ。

納得と共感のスキル強化セッションの参加者の声



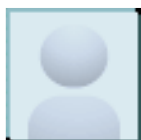
相手のコミュニケーションタイプに合わせた伝え方や、相手の話を自分事として受け止めて会話を活性化させることなどを意識したいと思いました。



何か依頼する場合に手持ちの説得カードをより効果的に使用するため、相手のコミュニケーションタイプを気にすることが大切だと思った。



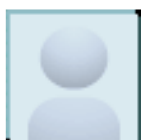
現在進行形で関わりのあるお客さんと改めて会話する方法を見直し、より上手く付き合っていくことができそうだと感じた。



相手のことを理解し、相手に応じた伝え方・順番を考えて、感想や意見をもらうという内容は、お客様とコミュニケーションをとる場面全体で活かせると思います。



わかりやすく伝えるだけではなく、相手の立場を含めた背景を理解することで、より円滑にコミュニケーションが取れると感じた。



問い合わせの回答で、相手の立場、言動の理由を意識しながら返答したい。また、相手の意図をくみ取るという内容を業務の定例会で生かせそうと感じた。

研修構成(例)

セッション1(例)

課題の仮説を着想する、仮説もとにお客様と議論して考えを引き出していくためのスキルを押さえる

◆オリエンテーション／イントロダクション

◆商談に向けた事前準備

◆課題形成・案件創出に必要な対話スキル
・個別スキルのミニ演習で要点を押さえる
・実践演習:仮説をお客様にぶつけて議論する

セッション2(例)

自身の提案をお客様に納得してもらう、前に進めてもらうためのスキルを押さえる

◆お客様に提案し、相手の納得を作り出すスキル

・納得を作り出す
コミュニケーションプロセス
・提案の論点を相手の感情も含めて推察する
・相手の立場や感情を配慮して伝えて動かす

◆2日間のまとめ
・KPTAシートの活用

フォローアップ・セッション(2時間)

半年後に、KPTAシートをもとに、アクション雄振り返しを実施し、あたらなKPTAを作成する。

◆KPTAシートによる振り返り

◆うまくいったこと
なぜ
◆うまくいかなかったこと
なぜ。次回成功させるには、何が
必要か？
◆新たなKPTAシートの策定

目的

日々の商談でのコミュニケーションを通じてお客様の真のニーズを掴み、当社の真の付加価値を発揮した提案型営業を実践する力を強化する

そのために・・・

◆仮説に基づいてお客様と議論する力
お客様のビジネスを「自分ゴト」と捉え、入手可能な情報からお客様の課題に対する仮説を立て、お客様と議論を行うスキルを磨く

◆提案・提言に納得感を作り出す力
論理的な説明だけでなく、相手の立場や感情も踏まえて伝えるスキルを押さえ、お客様に主体的に動いて頂くためのスキルを磨く

お客様に対話を仕掛け、
お客様の課題解決に資する提案
を提供し続ける

『ディスカッションパートナー』
と認めて頂ける営業になる

◆仮説に基づいてお客様と議論する力

◆オリエンテーション／イントロダクション 研修の目的、進め方

◆商談に向けた事前準備

- ・商談準備の要点
- ・お客様の課題(仮説)を検討する
(HP等の公開・外部情報を基に)

◆課題形成・案件創出に必要な対話スキル

- ・個別スキルのミニ演習で要点を押さえる
 - 傾聴と質問力:相手の考えを正しく理解する
 - 要約・確認力:お互いの認識の齟齬をなくす
 - 論点整理力:論点を明確化して示す
- ・実践演習:仮説をお客様にぶつけて議論する
(ロールプレイ)

◆お客様に提案し、相手の納得を作り出すスキル
～ケースディスカッション～

- ・納得を作り出すコミュニケーションプロセス
(必要に応じてベースとして必要となる
論理思考の基本をインプット)
- ・提案の論点を相手の感情も含めて推察する
(ロジックツリーを活用した演習)
- ・相手の立場や感情を配慮して伝えて動かす
(ピラミッドストラクチャーを活用した演習)

◆2日間のまとめ

- ・研修の振り返り
- ・今後の自身のアクション