



はじめての 営業の仕事

はじめに

営業にはK K Dが欠かせないという時代がありました。K K Dとは、経験(K)と勘(K)と度胸(D)のことで、いろいろ苦労を重ねながらも“経験”を積み、そして一瞬の販売機会をとらえる“勘”を養い、勇猛果敢にアタックする“度胸”が求められたのです。

たしかにいまの時代も、これらが不要というわけではありません。しかし、もうこれだけではやっていけないのも事実です。モノが不足している時代であれば、これだけでも十分にやっていけたかもしれません。しかし、いまのようにモノがあふれ、価値感が多様化した情報化社会になると、それにふさわしい営業スタイルというものが求められます。

モノが不足していた時代、つまり需要が顕在化していた時代には、売り先さえ見つけることができれば、営業はその目的を果たすことができました。ところが、いまのようにモノ余りの時代には、顧客を見つけること自体が“至難^{しなん}の業^{わざ}”となっているのです。

営業社員は「どこかに良い客がいないかな～」と口にしますが、いまや待ってましたとばかりに営業社員を受け入れ、商品を買ってくれるような顧客などいません。「へたな鉄砲も数打ちゃ当たる」式に、とにかく足で稼ごうとしても、くたびれ儲けになってしまうだけです。

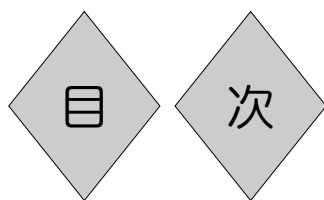
売ることが難しくなったいまの時代に、はじめて営業という仕事に取り組もうとする人のために、本講座を開講します。

第Ⅰ部では、自信と誇りをもって一步を踏み出せるように、営業の心がまえ、マナー、時間の使い方など、基本の“き”を学びます。

第Ⅱ部では、“売れる”営業力で実績をつくれるよう、アポイントの取り方、ヒアリング術、セールストークの組み立て方など、すぐに使える具体的な営業スキルを学びます。

このテキストで紹介しているスキルは、多くの先輩方が苦労しながら積み重ねてきたノウハウです。本来なら、なかなか教えたがらないノウハウや考え方を惜しげもなく開示しています。これを使わない手はありません。

さあ、さっそくそのノウハウを学び、営業の仕事の第一歩を踏み出しましょう。

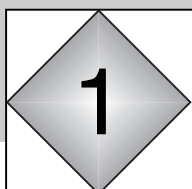


はじめに	3
第Ⅰ部 自信と誇りをもって一步を踏み出そう	5
第1章 好印象をもたれる営業社員の条件を備えよう	6
1. 営業はクリエイティブで手ごたえのある仕事	6
2. 第一印象を決定づける営業マナーの鉄則	10
3. 厳しくチェックされる身だしなみ、立ち居振る舞い	14
4. 言葉遣いは徹底的に鍛えよう	18
5. スマートな名刺交換と自己紹介	24
◆研究課題1	27
第2章 お客様に育ててもらうつもりで謙虚に取り組もう	28
1. お客様の「お役に立つ」ことが営業の喜び	28
2. 商品（サービス）の強みも弱みも熟知しておこう	31
3. いかに時間を効果的に使うか——上手なスケジューリング	34
4. 情報があふれる時代、足で稼いだ情報こそ貴重	38
5. 小さな約束の実行が大きな信頼につながる	41
◆研究課題2	44
第Ⅱ部 “売れる”営業力で実績をつくろう	45
第3章 必ず成果につながる実戦スキルを身につけよう	46
1. 確実にアポイントを取るための秘訣	46
2. アプローチでは、まず自分を信頼してもらうこと	50
3. お客様のニーズや実情を探るヒアリング	53
4. “売れる”セールストークは先輩から盗め	57
5. 断られても必ず「次につなげる」ことが営業の役割	60
◆研究課題3	63
第4章 お客様に喜ばれ、成果のあがる営業活動を展開しよう	64
1. 営業成果を高めるビジネスメール活用術	64
2. 成功イメージが明快に伝わる提案書の書き方	67
3. あなたの誠意が問われるクレームへの対応	70
4. 次々と注文をもらえるフォローアップの仕方	73
5. くじけそうになったとき、先輩たちはこうして乗り切った	76
◆研究課題4	79

第Ⅰ部

自信と誇りをもって
一歩を踏み出そう

好印象をもたれる 営業社員の条件を備えよう



営業はクリエイティブで 手ごたえのある仕事

売れる営業社員と売れない営業社員

世の中に営業という仕事をしている人は大勢います。しかし同じ仕事をしていても、売れる営業社員と売れない営業社員がいます。この差はいったいどこからくるのでしょうか。

売れない理由

売れない営業社員は**売れない理由**ばかり考えています。「うちの商品が高いから売れない」「知名度が低いから売れない」「会社が小さいから売れない」などなど。売れない営業社員に売れない理由を言わせればいくらでも言います。しかし、売れない理由を100も200も考えたところで、絶対に売れるようにはならないのです。

どうしたら売れるか

一方、売れる営業社員は**どうしたら売れるか**を常に考えます。「うちの商品は高いけど、どうしたら売れるか」「知名度は低いけど、どうしたら売れるか」「会社は小さいけど、どうしたら売れるか」と考えます。このことにいつも頭を使っていて、その違いが成果となって表れます。

クリエイティブな
仕事

いまの時代の営業は頭を使う、まさに**クリエイティブな仕事**なのです。

何を売っているのか

あなたはお客様に何を売っているのでしょうか？「そりゃあ自社の商品・サービスに決まっているじゃないか」と答えると思います。でも本当にそうでしょうか？ お客様の立場に立って考えてみましょう。

たとえば、あなたがケーキを販売しているとしましょう。お客様は、あなたの販売するケーキという「モノ」が欲しいのでしょうか？

もうおわかりですね。お客様は、ケーキという「モノ」が欲しいではありません。ケーキの「おいしさ」を味わいたいのです。あなたの提供するケーキを食べることにより「おいしい」という満足

感を得たいのです。ですから、売り手は、商品（ケーキ）を通じて、お客様に「満足」を販売しているのです。 「おいしい」という満足感

ケーキに限ったことではありません。旅行のパッケージを購入するお客様は、旅行することにより「楽しかった」「面白かった」という満足感を味わいたいのです。



満足はどうしたら得られるのか

営業社員は、商品やサービスを提供することにより、お客様に満足を提供している。そのことは理解していただけだと思います。では、どうしたら、お客様は満足を感じてくださるのでしょうか。

お客様の満足を説明する、次のような簡単な公式があります。

事前の期待<対応	→	満足
事前の期待=対応	→	不満でない
事前の期待>対応	→	不満

お客様が私たちに寄せる事前の**期待**，それ以上の対応をすれば、お客様は必ず**満足**します。逆にどんなに一生懸命対応したつもりでも、それが事前の期待を下回っていれば、お客様は**不満**を感じます。

期待
満足
不満

では事前の期待とイコールの場合はどうか？ これはお客様にしてみれば「あたり前」にすぎず「**不満でない**」ということになります。営業社員としては、少なくとも「不満でない」以上の対応はめざしたいとこ

不満でない