

# 『うちの営業も昔は十分粗利益が取れんだが最近はもう一つ成績が伸びないんだよなあ』とボヤク前に！

メンターシステム岩崎です。

見積もりや提案があって忙しいけれど、昔に比べて粗利益が取れないそんな状況が続いています。

とは言え粗利益の高い商品が直ぐに見つかる訳でもありません。

## 闇雲に見積書を出していませんか？

その原因は、市場が小さくなり、競争が激化しているからです。

そんな状況で、闇雲に見積書を出したところで、粗利益はどんどん低下するだけです。

こういうのを見積産業と言うそうです。

とは言え、どうやって営業を行ったらよいのか見当もつきません。

それもそのはず、簿記や資格を取る学校はあっても営業学校なんてありません。

社長を初め、営業マンはほとんどが自己流でやっているからです。

## 営業にも実はルール原則というのがあります。

例えば、新規開拓の場合最初からカタログを出したら100%断られます。

それには3つの人間心理が働くからです。

そこで、一生に一度しか購入しない商品を販売するスポット型セールスは7つの手順に段階を分けて販売をします。

このように原理原則があるのです。

そんな訳で、『見積ちょうだい』と言われて直ぐに見積もり金額だけを提示したところで販売に結びつく可能性は少なく、見積を作っている時間のムダも多いわけです。

たとえ販売できたとしても粗利益が少なく、とても元は取れません。

## 営業力を高めるには成功体験をすること

今回の研修は少人数制です。それには、理由があります。

受講者のお客さんは、それぞれ違いますし業種によってやり方が違うわけです。

そのお客さんごと1件1件に、どう対応したらよいのかのヒントを差し上げるためです。

なぜそこまで、行かうかといひますと営業は成功体験が一番の勉強です。

売れない人は、いつまで経っても売れません。それは失敗体験が多いからです。

そのうちに、どうせダメだからという営業マンが陥ってはいけな精神状態になり、お客さんに聞けばよいことまで聞かずに帰ってきます。

この研修では、一人ひとりの方が自分の対象客を決めて、成功体験をして頂きます。



岩崎です。  
実践を中心にやります

## 実行する仕組みとは

例えばこういう具合です。

第3講では、顧客一覧表を作成します。このお客さんの中から次回までにアプローチするお客さんを決めます。

さらに、そのお客さんにどのようにアプローチを掛けるかを決めます。

勿論、原則に従ってです。

第4講では、その結果を全員の前で発表することになります。

必ず実行してもらう訳です。



ペトガーの話は勿論出てきます。

人前での発表も人を動かす話し方のルールに従って、発表して頂きます。

人前で自信を持って話が出来るようになると1対1の話など簡単なものです。

さらに、研修が終わって忘れてしまうようでは、何もありません。

そこで、復習が出来るDVD教材を使用します。勿論研修を受けていない他の営業マンが見ても十分理解でき役に立ちます。

## プロの営業マンはお客さんのためになることを実行して自分の利益を得る

本当に成功し続ける営業というのは、お客さんから好かれて、気に入られます。

なぜかというそれはお客さんのためになることを第一に考えられる思考回路があるからです。

この研修で、プロの営業マンに一步でも、二歩でも近づいて頂ければと思います。

## プロ営業マンの実践講座 申込 (FAX:059-398-0153 24時間受付)

日時: 9/24、10/8、10/22、11/12、11/26、12/10 (13:30~16:30 3時間)

場所: 四日市商工会議所

費用: 参加費(6回全講 31,500円(税込) 同一企業2名目から 21,000円(税込) )

教材費(1社につき 75,000円(税込))但し以下の教材をお持ちの方は不要)

営業マンの実力を3倍高める 48,000円(税込)

新規開拓の進め方 27,000円(税込)

今回教材同時申込の方は、1人目は、98,000円(税込)

住所	〒	電話番号	
会社名		FAX 番号	
参加者名		参加者名	

**< 営業マンの実力を3倍高める > 講義時間 13:30 ~ 16:30**

日程	座学	実技
9月24日 (金)	第1章 経営の基本原則を知る 1. 経営の原則を再確認する 2. 利益性の原則をマスターする 3. 解決策はお客の集中化にある 第2章 営業の基本原則を知る 1. 販売力を公式で表わす 2. 訪問件数と質のウエイト付をする 3. 営業マンの実力分類	相手に忘れさせない自己紹介の仕方 名前の覚え方 宿題：時間実態調査をする
10月8日 (金)	第3章 訪問面会数の高め方 1. 実態は質が中心になっている 2. 量と質はカケ算で択一型ではない 3. 仕事時間の実態調査をする 4. 地域別に損益計算をする 5. 電話やFAXなど通信コミを多くする 6. 社内業務時間を少なくする 7. 仕事時間を多くする	面談時間を高める プレゼンテーマ：決定的瞬間 宿題：面談時間を高める実行
10月22日 (金)	第4章 質の高め方 その1。戦術力をどこに投入するか。 その2。仕事の知識を身につける。 1. 経営の全体像と基本原則 2. 質の中心対象とウエイト付 3. 重要度に合わせて営業力を投入 4. 競争相手より少ない訪問は負け 5. 実態調査をする 6. 滞在時間も取引高に合わせる 7. 滞在時間中の仕事内容	宿題：重点顧客リストの作成 プレゼンテーマ：成果
11月12日 (金)	第4章 質の高め方 その2 8. 商品知識と商品説明技術 9. 1カ月の計画を立てる 10. 代金回収を確実にする 11. 年2回与信管理会議を開く 12. 社内の人間関係と報告・連絡 13. 自分の実質営業原価を知る 14. 利益データと経費データを知る 15. 自己啓発に取り組む 16. 積極的心構えを身につける A. 積極的な人の思考プロセス B. 消極的な人の思考プロセス	宿題：発明物語 プレゼンテーマ：人生の教訓

講義内容は、進捗状態により予告なく変更する場合があります。

**< 新規開拓の進め方 > 講義時間 講義時間 13:30 ~ 16:30**

日程	座学	実技
11月26日 (金)	第1章 新規開拓の基本原則 1. 業種の違いで異なる営業方法 a. 継続取引型 b. スポット型 c. 耐久消費財型 2. 新規開拓の構成要因とウエイト付 アプローチ A 人間関係作りとニーズ調査 B 商品説明 C 契約をまとめる 3. 営業力を決める公式 4. 利益性の原則を押さえる 5. 経営の目的は1位の地域作りにある 6. 開拓は重点地域の中で実行 7. 重点開拓地域の決め方 8. 1位の販売先作りが優先 9. 開拓先のリストを作る	宿題：開拓リストの作成 宿題：オリジナルハガキの作成 プレゼンテーマ：自分の存在のアピール
12月10日 (金)	第2章 新規開拓の実際 はじめに a. 新規開拓の4大要因 b. 商品契約の大原則 1. 初回訪問で売れば必ず断られる 2. 強者の戦略と弱者の戦略 a. 強者の戦術 b. 弱者の戦術 3. 受付で断られにくいアプローチ 自分の方から先に断るトーク 社長と会えたときのトーク 関心事やめずらしいものを探す お礼のはがきを出す 4. 2回目は経営を始めたキッカケを聞く 社長の苦労話を聞く ニーズの確認と競争相手を聞く 5. 3回目は経営戦略の研究を聞く 6. 4回目で商品説明をする 7. 5・8、2・8の法則 8. 会社向けのスポット型は2回訪問で 1回目。アプローチ 2回目。面会の予約をとり訪問	受付トーク作成 質問力アップトレーニング プレゼンテーマ：関係を強める

講義内容は、進捗状態により予告なく変更する場合があります。