

新規営業のシナリオを質問で組み立てる
ー営業マンを変える『インタビュー式営業術』半日研修ー

<こんな計画はありませんか？>

- ・新製品を、新しいターゲットに売り込みたい。
- ・売る営業から、買われる営業にスタイルを変えたい。

それならば

新しい売り方『インタビュー式営業術』で営業してみませんか？

- ・なかなか売れない売り込み式セールスとは違うインタビュー式営業術。
- ・押しの弱い営業マンでも売れるインタビュー式営業術。
- ・「売らなければ」プレッシャーを取り除くインタビュー式営業術

『インタビュー式営業術』とは？

BtoBマーケティングにおいて高収益をあげるための営業術です。BtoBの特徴とは、案件が高額で取引成立に至るまでの関係者が多く、購買目的が徹底的にクリアであること。

BtoBマーケティングは、極めて価値オリエンティッドな世界です。そこでポイントとなるのは、顧客の価値を聴き出すこと。そのための手法としてインタビューを使います。

BtoB営業において、決定的に重要なポイントは、顧客が求める価値を提供することです。

であるならば、お客様の価値基準を知らずして、相手が求める価値の提供など不可能です。とはいえ「御社の価値基準は何ですか？」と単刀直入に切り込んで「それは……」と応えてくれる相手は、まずいません。

そこで事前に必要な情報を収集し、相手についての仮説を立て、仮説に基づいた質問を用意してインタビューに臨みます。

なぜインタビュー式営業術が効果的なのか？



◎成功確率が上がる

顧客の価値基準を聴き出し、顧客が求める価値を提供する手法が、インタビュー式営業術です。貴社の製品・サービスが顧客の求める価値にフィットしていれば、商談が成功する確率は極めて高くなります。

◎誰でも学べる

インタビュー術は定型化されているため、誰でも学ぶことができます。相手企業についての情報収集のやり方から、その分析ノウハウ、そして面談時のインタビューシナリオと具体的な質問項目作りまでを学びます。

◎誰でも使える

営業＝売り込みといった強迫観念に駆られて相手と接することに比べれば、インタビュー＝聞き込みは面談時の心理的なハードルが大幅に低くなります。しかも、経験を積むほどインタビュー術は確実に向上します。

◎ノウハウが溜まる

インタビュー式営業術は、属人的な要素に頼らない営業術です。情報を集めて分析し、仮説を立てて、インタビューに臨み、最終的な提案に落とし込む。このプロセスをフォーマット化することで、顧客情報を含めた営業ノウハウが自然に蓄積されていきます。

『インタビュー式営業術』研修概要

まずセミナーで営業マンのマインドを変えます。

次にワークショップで具体的な手法を学びます。

お客様の問題点を聞き出し、

その問題解決に貴社の新製品が役立つことを、お客様に自分から気づいてもらう。

そのための技術を習得していただきます。

具体的な研修の進め方について

1) 御社とターゲットに関する事前レクチャー (2~3時間)

- ・ 御社の概要について、教えてください
- ・ ターゲット業界について、教えてください

2) インタビュー式営業術セミナー (2時間)

・ 貴社の新製品、狙っているターゲット業界を例に引きながら、インタビュー式営業術を具体的に学んでいただきます。

■アジェンダ

1. 「インタビュー式営業術とは何だろう」
2. 「営業利益率50%、キーエンスの営業手法」
3. 「赤ひげ先生を目指せ」
4. 「インタビュー式営業術の進め方/マーケティングツールを駆使して」

3) インタビュー式営業術ワークショップ (1.5時間)

・ インタビュー式営業術のステップに従って、実際の新規営業時のインタビューシナリオを作成します。

※可能な限り、最後にロールプレイングを行います。

■ワークショップ

1. 顧客分析
2. 仮説設定
3. シナリオ作成

研修から期待される効果は？

- ◎売り込みではなく、聞き込みスタイルの営業となるため、営業マンの心理的負荷が大きく下がります。
- ◎インタビューにより顧客担当者と問題点を共有することで、客先社内での稟議を通しやすくなります。

研修詳細とコスト

受講者数：1回あたり5名まで

準備期間：事前レクチャー後10日間程度

研修費用：20万円～（研修人数、内容によってご相談に応じます）

講師紹介

竹林篤実（たけばやしあつみ）

コミュニケーション研究所 代表 <http://com-lab.org>

NPO法人まちの案内推進ネット理事

空手技術研究塾指導員

1960年、滋賀県生まれ。1984年、京都大学文学部哲学科卒業。印刷会社、企画事務所を経て1994年、広告企画・制作事務所『ワーキングスタジオ・マッセ』設立、主にBtoB企業のマーケティングに関わる。2004年『コミュニケーション研究所』を設立し、企業の営業代行インタビュー、顧客不満調査、マーケティングサポートなどを行う。1999年より大手企業情報誌巻頭インタビューなどを担当し、大前研一、成毛眞、榊原英資、竹中平蔵、渡邊美樹、小池百合子など著名人、企業経営者への取材歴は500名以上。

研修実績

大手住設資材メーカーP社様

大手ディスプレイメーカーM社様

上場広告代理店C社様

大手FAメーカーO社様（個人研修形式で実施）

教育関連サービス企業F社様

人事教育関連企業N社様

カラーマーケティングK社様（個人研修形式で実施）など多数

講演活動

InsightNow様主催「インタビュー式営業術」

東京大学大学院情報学環様主催「相手が話す気になるインタビュー術」

近畿大学経済学部様客演講義「インタビュー方法論」

奈良文化財研究所様主催「聞術のすすめ」

コンサルティング

教育関連企業を対象とした新規事業展開、営業同行アドバイス、コンテンツ企画、社員研修。

広告代理店、産業材メーカーを対象とした営業力強化と営業代行インタビュー、顧客調査など。

飲食サービス企業を対象とした事業展開戦略、サービス改善、スタッフ研修、顧客覆面調査など

フィットネス系企業を対象とした年間マーケティング戦略、サービス改善、顧客調査など

著書

『インタビュー式営業術』ソシム社

『ザッツ営業』日本実業出版社寄稿

『ニュートップリーダー』日本実業出版社寄稿