



セールス・イズ 科学的に 「成果をコントロールする」営業術

今井晶也(著)
扶桑社
(2022/8)

営業代行業を行うセブリティックスの営業の成果をコントロールするノウハウが書かれた衝撃の一冊です。

【感想】

会社の重要なパワーを担っている営業職は、販売職を含むと日本の職種別人口でトップ5に入るほど多いと言われています。しかし、営業職の印象といえば、ノルマがありながらも、経験や勘、根性といった印象が未だに残り続けているためか、どのように成果を上げるべきなのか？と悩む方も多いのではないのでしょうか。

本書は、営業支援のトップランナーとして実績を上げ続ける会社・セブリティックスの著者が、営業の成果をコントロールする方法を書いた「営業のレシピ本」です。

具体的には、

- ・トップセールスが共通して持つ「売れるマインド」
- ・新規顧客に会いづらい時代でも「アポを獲得する方法」
- ・営業プロセスを「7分割」して否定材料を逐一なくす方法

が書かれており、セブリティックスのメソッドを1冊にまとめたものです。本来、営業支援の顧客向けに1冊50万円で提供してきたノウハウを、一般読者向けにさらにわかりやすく噛み砕いて解説しています。

営業マンの基本的なマインドセットから、商談において他者との差を生むテクニックまで、具体的なノウハウ満載の本書は、新人からベテランまで役立つ「営業版・虎の巻」になっています。

【以下引用】

・成果をコントロールするとは営業プロセスをコントロールすることなのです。案件ごとにプロセスを細分化して逐一修正を図っていくことが、成功への近道につながります。

・お客様が契約しているのは「商品」でもなければ「課題解決」でもなく、課題が解決できる「可能性」に契約しているのです。(中略)この前提に立つと私たち営業パーソンがスキルとして磨く必要があるのは「可能性の見える化」です。

・商品を導入する「重要性」と「緊急性」をお客様に発見してもらわなくてはなりません。さらに、いざ、お客様が購買を検討する段階に入ったら、今度は「実現性の証明(買うと便利になる証明)」と「自社の競争優位性」を示す必要があるのです。

売れる営業マンが大切にしている10のルール(代表例を2つ)

- ① 商品の強みや特徴を売り込まない ⇒ 相手の価値基準に合わせることが大切
- ② 営業主導で課題を見つける ⇒ 解決すべき課題に紐づく「価値」を示しているかどうかが重要

営業の概念を根本から覆す内容なので、新人教育の一冊として導入するのも良いです。