（第３種郵便物認可）　2022年04月22日

埼玉新聞　経済欄

中小企業診断士による経営Q&A

攻めの営業スタイルへの変革

Q コロナ禍で売り上げが減少する中で、営業スタイルを変革したいと考えています。お客さまからの引き合いに対応する受け身の営業スタイルから、お客さまに製品・サービスを提案する攻めの営業スタイルに変えるには何から着手すべきでしょうか。

A 新型コロナウイルスの影響により、売上高の減少に見舞われている企業が多い中で、営業力向上に向けて、提案営業という攻めの営業スタイルが注目されています。

提案営業とは、顧客が抱えている課題を把握し、それを解決する手段として自社の製品・サービスを提案する営業スタイルのことです。顧客の悩みと自社の製品・サービスの便益を結びつける活動と考えると分かりやすいです。

提案営業に取り組むメリットはさまざまですが、大きなものとして、①顧客からの信頼を得やすくなり、案件の引き合いが増えること、②顧客から感謝され、営業担当者のやりがいが増すことが挙げられます。

①については、買い手側として、自社の抱えている課題を把握し、解決策を一緒に考えてくれる営業担当者と、自社の要望通りに動く営業担当者とではどちらが頼もしいでしょうか。②については、売り手側として、顧客から言われたことを遂行することと、自分から提案を仕掛けていくこと、どちらが仕事のやりがいが感じられるでしょうか。

このように提案営業のメリットは大きいのですが、何から取り組めば良いか分からないという声が聞かれます。そこで、提案営業に取り組むために考えてほしいことがあります。それは、顧客の「ちょっとした不満」を見つけることです。そして「ちょっとした不満」を顧客が解消していないことで、どのような「問題」が引き起こされているのかを考え、「問題」が解消された場合に、顧客にとってどのような「メリット」が生じるのかを考えるのです。これらを商談の中で顧客とともにディスカッションし、問題解決の手段として自社の製品・サービスの提案につなげていきます。

例えば、自社が競合より1カ月早く製品を納入できるものの、顧客は競合に発注している場合、1カ月余計にかかる納期のために、顧客がどのような問題を被っているのかを事前に想定し、商談の中で顧客に気づかせていきます。次に、納期が1カ月早くなることで顧客が得られるメリットを商談の中で顧客に気づかせていくのです。

中小企業診断士は、営業スタイルの変革に向けた仕組み導入や商談力強化に向けた支援も得意としています。専門家の助言をもとに提案営業に取り組みたいとお考えの場合は、お気軽にお問い合わせください。

（中小企業診断士・北田健太）

◇

連絡先・一般社団法人埼玉県中小企業診断協会（☎048・762・3350）