

はじめてのBtoBマーケティング

第73回

訪問商談ができない時代の営業

この連載ではBtoB分野のマーケティングを「目からウロコが落ちたように」くっきりスッキリと理解していただき、今すぐ使える手法と発想をお届けします。

今回のテーマは、「訪問商談がやりにくくなったニューノーマル時代の営業と販売」です。

●パターンが変わるとカタチは通用しない

ある経営者が「在宅勤務を取り入れて、能力がある社員と能力が無い社員の差がはっきりと見えるようになった」と話していました。職場環境のように周りに社員がいる状況では、周囲に助けを求めたり相談することで補っていた能力。在宅になると、補いにくくなるため、能力の実態がはっきりクッキリと見えるようになります。では、能力の差が生じる原因は何か？

「カタチ・空気仕事で覚えている」か、「本質を理解しているか」の違いが最も大きな要因です。カタチ・空気というのは、パターンを覚えている事です。この書類の場合は、こういう書き方をしておけば通りやすい、あのお客さんの場合は・・・というような、思考と処理の短縮化が、パターンを読むという事です。パターンを読むことは、処理スピードが高まるメリットがあるので、決して悪いことではありません。しかし、ニューノーマルという変化の時にはパターン認識型は通用しなくなります。実は有能なビジネスマンの多くは、パターン認識で仕事をしています。「事務とは？、経理とは？、開発とは？、製造とは？、営業とは？」このように「とは？」をつけてみると、その業務の本質に気づかされる効果があります。

●営業とは？、販売とは？

一言でいうと、営業とは「顧客や需要を創り出す事」、販売とは「需要に応じて、商品とお金を交換する事」です。「マーケットを創る、広げる、開拓する」事で「需要が増える」わけです。そして、増えた需要を、効率的でスピーディーにミスなく、他社に奪われることなく自社に取り込むことができれば、より大きな利益となります。

言い方を変えると「営業とは、マーケットの拡大への投資」「販売とは投資の回収」という関係です。

景気が右肩上がりの時代には、マーケット自体が成長していますから、営業よりも販売が重要でした。しかし、右肩下がり、あるいは新市場を切り開くときには、「営業という投資」無くして「販売という回収」は得ることができません。

●多くは営業ではなく販売

例えば、営業代行は、実は営業ではありません。取

り漏れ需要の探索代行というべきかもしれません。すでに需要が確立している分野で、自社がリーチしていない顧客を探してくることは、販売活動です。販売と、営業では行う内容と技術が全く異なるので、しっかりと区別しておくことが大切です。とくに、リモート営業（テレビ会議）では、従来方法のパターンのままでは通用しません。ですから、リモート営業では、営業という技術の基本力が重要になります。

●苦しい時期に投資はつらい

ところで、「営業は投資」と説明すると、苦しい右肩下がりの時期に投資は控えたい、という意見が聞こえてきます。さて、ここで「投資とは？」について少しご説明します。投資とは「お金を増やすお金の使い方」です。営業への投資は、営業マンを増やすことではありません。営業の目的を果たす「技術」を確立することが投資の対象です。1冊の本を読むことで「必要な技術」が手に入るなら「1冊の本を購入し、読み、理解し、実践できるように自らを改革する」というお金と努力と行動が「投入する資財」です。

手に入れるべき技術というのは「SPIN」です。ネットで検索すれば、様々な解説があります。本稿では、他の解説では触れていないことを一つだけ書き加えます。

と、その前に、このSPINという技術の使いこなし方をご説明します。

<SPINの技術を手に入れる>

- S** 状況 (Situation)
- P** 問題 (Problem)
- I** 示唆 (Implication)
- N** 解消 (Need payoff)

●SPINとは質問の技術

指示待ち人間という言葉があります。多くの企業は、実は指示待ち企業です。お客様から「あれが欲しい」「こうしてほしい」という指示が欲しい、注文書が欲しい。これが本当の姿です。「悪い指示待ち人間」は指示を

求めて、自らの能力や希望に合わない指示に「不満を持った」「達成できない（無能）」に陥ってしまう人です。対して「良い指示待ち人間」は、自らがしたい事、できる事を「上司や先輩に、上手に指示させる」ことができる人です。つまり、指示の内容をコントロールできると「頼りになる」「有能」といつてもらえる指示待ち族になります。また、指示が無いのに勝手なことをするパターンもありますが、ビジネス上では「悪い指示待ち人間」以上に問題児でしょう。

BtoBの営業は、「我が社がやりたいこと」を「顧客に、指示してもらう」しかも「できるだけ高い発注価格」を実現することです。

指示を作り出すためには「質問」が有効です。つまり、良い質問をする技術が「営業の技術=SPIN」です。「状況」「問題」「示唆」「解消」を質問形式にして、顧客に語らせるというのがSPIN技術のポイントです。

●とどめの質問

他の解説では書いていないこと、についてご説明します。それは、「N 解消」に関する質問です。簡単な「とどめの質問」を一つだけ織り込んでください。

「私に、あなたとご一緒（顧客担当者の事）に取り組みさせていただけますか？」

我社ではなく「私」、御社ではなく「あなた」とい

う事で、顧客とのワンチームを形成していく事ができます。リモートでは、ともに食事をしたりという様な、協働意識形成が困難なのでとどめの質問を忘れないようにしてください。

リモート営業の技術を身に付けると、交通費もかからず、遠隔地の顧客開拓が行えます。ピンチをチャンスに変える「小さな営業投資」に取り組んでみてください。



著者 ● 中井 淳夫 (なかい あつお)

株式会社 創英 代表取締役
NHNホールディングス株式会社 代表取締役
BtoBマーケティングを専門にしており、昨年開催したセミナーの受講者は700名以上。受講者の96%が満足し、企業規模にかかわらず活用できる内容と高く評価されている。一般社団法人組織内コミュニケーション協会を創設し代表理事を務め、産学連携で躍進企業の社内マーケティングを研究してきた。著書「誤努力」が、流通科学大学、神戸芸術工科大学のテキストとして採用された。
相談・問い合わせは、b2b@soway.co.jp

クサイ・詰まる・落とせない、トイレの大問題「尿石」。尿石除去ウルトラファインバブル (UFB) ポンプは「尿石」を水だけで除去します。

1 低価格 高性能

高性能 UFB 発生テクノロジーと大手ポンプメーカーの技術力により、低価格なのに高性能を実現しました。



尿石除去 UFB ポンプ

2 簡単な 設置方法

小型化・簡易化により、設置時間を大幅に短縮。配管施工は、約2時間程度で設置可能です。

3 地球にやさしい

水と空気だけで尿石を除去します。人や環境に悪影響を与える強い洗浄剤も、人手負担になる「つらい清掃・緊急工事」も必要ありません。



ウルトラファインバブルポンプの活用は、SDGs (持続可能な開発目標) の実現にも貢献します。

尿石除去実績

尿石除去 UFB ポンプ設置前の状態



尿石が壁のように蓄積。毛と絡まり「鉄筋コンクリート」のような頑強さでした。

尿石除去 UFB ポンプ稼働 4週間後



尿石の壁がなくなり、尿石が除去できました。尿石除去剤では、ここまで除去できたことはありませんでした。

お問い合わせ 資料請求 は、下記の企業がご対応いたします。「尿石除去の広告を見た」とお伝えください。

販売 株式会社マインドシェア
〒108-0073 東京都港区三田 3-2-8 Net2 三田ビル 6F

03-5232-6880 担当：川村
<https://www.mindshare.co.jp>

製品企画 NHNホールディングス株式会社
〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南 3-3-11
03-6712-2419 ufb@nhn.co.jp