



営業スキルを劇的に向上させる 営業力強化研修



はじめに

- ◆ 企業の繁栄と成長においては、そもそも**社員の成長は欠かせない**ものであり、特に最前線で会社の評価につながる商品やサービスを提供している**営業社員の営業スキル向上は、常に望んでいる** ことと思います。
- ◆ 多くの企業様で、社外、社内を問わず、何かしらの営業社員の教育をされているかと思いますが、御社では**効果的な営業力を強化する研修や教育** ができているでしょうか？ また、その成果には満足されているでしょうか？
- ◆ 恐らく、経営者様や各リーダーの皆様は、御社の更なる繁栄のため、もしくは営業社員の課題を解決するために、常により効果的な方法を考えて、日々尽力されていることと思います。企業様や営業の方々のご要望、ご期待に応えられるように、**効果的な営業力強化研修のポイントや、研修内容の選び方** について、事例も交えてお伝えします。

営業力強化研修で身に付けるべき営業スキル

1. お客様との親和関係(ラポール)を築くスキル

【課題】
雑談力が足りず心を開けない



【改善】
雑談力に頼らずに親和関係を築く

お客様は、営業から売り込まれることを嫌い、警戒しています。そのように警戒された状態のまま商談が進んでしまうと、お客様は本音を語ってくれないため、そのお客様に合った訴求ポイントが分からず、効果的な提案ができなくなってしまいます。

商談では、いち早くお客様との信用を得て、心を開いてもらう営業トークスキルが求められます。

多くの場合、営業担当者に対して何度もお客様のところに通うことや雑談力を求めがちですが、大半のお客様は忙しい中、そう何度も営業のために時間を確保してくれるわけではありません。

売れる営業は、たった一度の訪問でも、短時間で親和関係を築くことができます。

雑談力はある程度のスキルアップが可能です。営業担当者個々のコミュニケーション力によって差が出てくる部分です。企業の成果のためには個々の雑談力に依存することなく、お客様との親和関係を構築するためのノウハウを得ることが肝心です。

親和関係(ラポール)を築く5つのポイントを次にご紹介します。



お客様との親和関係（ラポール）を築くスキル 5つのポイント



1) 毅然とした姿勢で余裕のある挨拶を行うこと

残念なことに「営業はお客様より立場が低いもの」という見方をされることが多いと思います。しかしながら、**営業担当者は、その業界や商品のプロフェッショナルであり、専門外であるお客様をリードしてあげられる存在**であるべきです。営業自ら腰を低くしすぎたり、必要以上に顔色を窺うと、足元を見られてしまうことになりかねません。営業はプロフェッショナルとして **毅然とした姿勢で、余裕のある対応をするべき**であり、研修でまずはその姿勢から学ぶことが大切です。



2) 効果的な会社紹介、自己紹介をすること

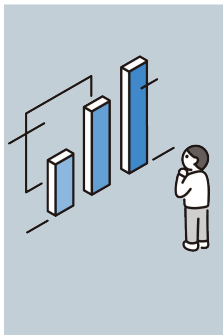
商談の冒頭で会社紹介をするのはビジネス上の礼儀でもあります。多くの営業が、「会社紹介をさせていただきますでしょうか」と、お客様から **許可**を得てから始めています。お客様への気遣いは理解できますが、実際には、**会社紹介はお客様のためにすべきもの**なのです。しっかりと正しく会社紹介をできると、お客様は「**しっかりした会社なんだな**」と安心させることができます。できていなければお客様はその営業に対して不信感や懐疑心を持ち続けた状態で話を聞かなければなりません。研修では、お客様に安心感を与えることができる会社紹介方法を取り入れます。



3) 商談の予定、段取りを伝えること

お客様は商談に臨む際に、ビジネスだからと、ある程度の展開をイメージしているものです。営業研修にも必ず「学ぶテーマやプログラムの手順」が示されているように、商談の中で**どのような話をさせていただくのか、またどのような手順で進めたいのかという段取り**を先に伝えたほうが、お客様の安心度や理解度は上がります。お客様への配慮となる段取りの伝え方も営業研修で学ぶべきポイントです。

お客様との親和関係(ラポール)を築くスキル 5つのポイント



4) 商談の目的、ゴールをつたえること

営業担当者にとって、商談の目的は契約をいただくこと、購入をいただくことですが、それは会社側、営業側の都合です。商談に臨むお客様の目的は何なのかを理解した上で話を展開することが重要です。実際には、お客様の多くは買うことを前提にしているわけではなく、**まずは情報収集をすることが目的**です。営業は**まずは売り込む姿勢を封印して、お客様が求めている情報提供の姿勢で臨むべき**なのです。情報提供が目的であるとお客様に伝えなければ、お客様は「売り込みをかけてくるに違いない」と構え、警戒心を解いてくれません。



5) 親和関係を築くための質問をすること

「お客様が嫌う営業の特徴は？」とアンケートを取ったところ、圧倒的に多くの人が「一方的に話をしてくる営業(売り込んでくる営業)」と回答しました。商談では**一方的な話にならないように、お客様を巻き込みながら話を進めていくことが大切**です。ただし、間雲にお客様に質問を振っても、不快に思われてしまいます。肝心なのは、お客様の心理を踏まえた「答えやすい質問」を「答えやすい順番」ですることです。**人は詮索されることは好みませんが、自分を知らうとしてくれていると思える行動は好意的に捉えてくれます**。営業研修では、お客様の心理に基づいた**情報提供の順番**や**質問の順番**を学びます。

営業力強化研修で身に付けるべき営業スキル

2. お客様との信用、信頼を構築するスキル

【課題】
信頼がなく商品が受け入れられない



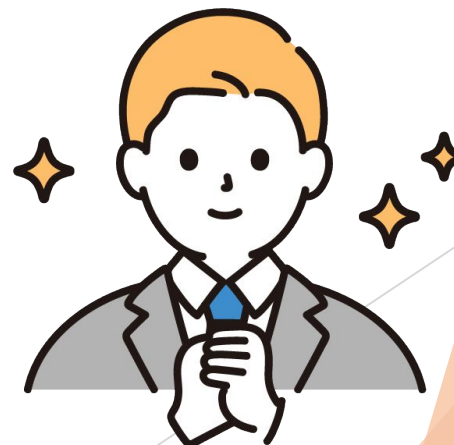
【改善】
情報提供や質問の順番を変える

お客様からある程度の信用が得られていないと、紹介する商品やサービス自体を信用してもらえなくなるのはもちろんのこと、営業が発する言葉に対しても不信感、懐疑心を持たれてしまいます。早期にお客様との信用・信頼関係を構築することが肝心であり、営業研修の中で最も重要な体得すべきスキルの一つと言えます。

営業やマーケティングでは、信頼関係の構築は接触回数に比例すると言われています。しかし世の中には商品があふれ、常にたくさんの競合があり、更には、インターネットによる営業、販売競争も激化しています。「接触回数をもっと増やそう」と悠長なことは言ってられません。トップセールスは早期にお客様と信用・信頼関係を構築する重要さを認識し、その方法を常に学び、スキルアップしているのです。

「売り込まれまい」と商談開始から警戒しているお客様と信用を築いていくためには、お客様の心理を踏まえたうえで、お客様が受け入れやすい情報提供や質問の順番を考えて話を展開することが肝心です。

お客様と強い信用・信頼関係を築くことができれば、「〇〇さんが言うのであれば、良い商品・サービスに違いない」と思ってくれるようになり、商談を有利に展開できる ことは言うまでもありません。



営業力強化研修で身に付けるべき営業スキル

3. お客様からニーズと本音を引き出すスキル

【課題】
本音を語ってもらえない



【改善】
信用を築き、答えやすい質問を選ぶ

お客様が本音を語ってくれなければ、ニーズや訴求ポイントが分からないため、そのお客様に対する効果的な提案ができません。単なる一方的な商品説明会になってしまうのです。

近年では「質問力」という言葉をよく耳にします。営業力を強化するためには「質問力」は必須のスキルです。しかし、ある程度の信用や信頼関係が構築されていないと本音の答えを引き出すことができません。お客様からニーズや本音を引き出すためには、「信用構築力」と「質問力」を並行して駆使していくことが肝心です。

当方は行動心理学や社会心理学に基づいた流れで、商談での営業トーク構築をサポートしています。人は、相手との関係性によって聞き入れやすい情報と聞き入れにくい情報があります。答えやすい質問と答えづらい(答えたくない)質問があることを認識した上で、お客様とのコミュニケーションをとることが重要です。

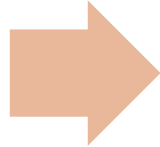
たとえば、家族や友人からの言葉なら素直に受け入れられるものでも、知らない他人や営業から言われると「怪しい」とか「余計なおせっかい」と感じられることがあるのです。このような情報やスキルを学べる営業研修を受けることを強くお勧めいたします。



営業力強化研修で身に付けるべき営業スキル

4. 商談で、お客様をリードするトークスキル

【課題】
お客様に会話で振り回される



【改善】
適切な情報提供で先手を打つ

売れる営業スタッフが誰しも持っているスキルが、商談でのセールストーク、とりわけお客様をリードすることができるスキルです。商談で成果を上げるためには、**お客様に振り回されているようでは、伝えるべきことも十分に伝えることができず**、聞き出すべきことも十分に聞き出すこともできず、営業側にとって不利な展開になってしまいます。

営業スタッフは業界や商品に精通したプロフェッショナルであるため、商談ではプロとしてお客様をリードするべきです。**お客様をリードすることができるセールストークスキルが求められる** のです。

セールストークにおいては、お客様からの断り文句やネガティブ発言に対して切り返しができる応酬話法のスキルが求められがちですが、**そもそもお客様の断り文句とは不安や不満、不信感から発せられる** ものが多く、それらは基本的には**情報提供をすることで事前に解消できる** ものです。お客様の口から断り文句が出たあとに営業から発する返しのトークは、すべてが購入や契約をしてもらうための説得に聞こえてしまいます。断りをひっくり返す労力は、不安を事前に解消する労力に比べて何倍も必要です。

同じ情報でも、お客様の口から出る前に先手を打って情報提供することができれば、お客様にとって不快な説得にならず、**情報提供として受け入れやすい** ものになります。商談においては、お客様が抱く**不安や不満、不信感を事前にくみ取り**、商談を有利に展開できるトークの手順を理解し、身につけることが大切です。



営業力強化研修で身に付けるべき営業スキル

5. 事例紹介によってお客様の購入意欲を高める商品説明スキル

【課題】
商品に魅力がない



【改善】
効果的な事例紹介で「欲しい」とわせる

営業における理想的な展開は、お客様に商品を紹介したときにお客様の口から「これはいいですね！ こんな商品を探していました」という言葉が聞けることです。そのためには、御社の商品を紹介する前に、お客様が**商品にたいしてありがたみを感じる**ことができる**お膳立て（下準備）**をしておくことが肝心です。

お膳立てとは簡単に言うと、その商品による**成功事例**を紹介することによって、お客様に『私もこんなふう**に成功できたらいいな.....**』と思ってもらふということです。

社会心理学においても言われていることですが、自分自身で何を買うかを決められる人は全体のうちほんのわずかで、**大多数の人は他人のやり方を真似します**。営業としては、**他の多くの人たちが、商品をどのように使っているか**を分かりやすく伝える必要があるのです。

効果的な紹介方法の一つとして、**ストーリー仕立てで伝えること**が挙げられます。なぜなら「人はストーリーに魅了される」という事実があるからです。ドキュメンタリー番組もストーリー仕立てによって視聴者に感動を与えることができます。

事例紹介を効果的に行うことによって、お客様の購入意欲は格段の差が出てきます。営業研修やトレーニングでは、効果的な事例紹介方法を体得しましょう。



営業力強化研修で身に付けるべき営業スキル

6. クロージングトークスキル

【課題】
購入意思の確認を急ぐ



【改善】
お客様の口で復習してもらう

商談の最終段階でもあるクロージングでは、これまでお客様の関心、興味を高めてきた状態を活かして**いかに気持ちよく購入、契約をいただくかが重要**です。お客様は商品のメリットが明確になっていても、不安があるうちは購入の決断ができません。そのため**商品説明が終わったら必ず、不安や不明点がないかをしっかりと確認することが肝心**です。

お客様の不安を解消したら『早く最終的な意志を確認したい』という気持ちになりますが、いきなりお客様に購入の意志を確認すると警戒されてしまいます。**お客様が答えやすい質問を重ねていくことによって意志を確認していくことが大切**です。すでに説明したあなたの商品のうち、お客様はどの商品に興味をもっているのか、また、商品のどの部分に興味をもっているのかを確認しましょう。お客様の理想や目的に対してどのような貢献につながるのかをイメージしていただくことが肝心です。

これは社会心理学的にはコミットメント(誓約、公約)ともいわれていますが、**お客様が自ら口に出して確認することによって、あなたがこれまで説明してきた商品のメリットについて復習(おさらい)をすることにもなります。**

この方法は、**お客様が商品の良さを自己認識できる**ばかりでなく、会社の上司に報告をしたり、家族などに報告をする際にも、文言をそのまま伝えやすくなるという効果もあるのです。クロージングでは必ず、**あなたが商談で伝えたことを振り返り、お客様を導きましょう**。



営業力強化研修で身に付けるべき営業スキル

7. 電話によるアポイント獲得するトークスキル

【課題】
警戒されアポイントが取れない



【改善】
会ってみたいと思わせる

見込み客と言われるお客様は、そのほとんどがまだ御社の商品の良さを知らず、その商品が多くのお客様を救っていることを分かっていません。そのため、あなたの会社の商品やサービスが良いものであるならば、多くの人や会社に教えてあげなければいけないのです。

しかし、電話を受けるお客様は『知らない人・会社から売り込まれたくない』という警戒心から、話を聞こうとしないため、電話での商談アポイント獲得は多くの企業様が苦戦をしています。

お客様は『売り込まれたくはないが、良い情報なら聞いてみたい』と思っていることも事実であり、電話セールスを行うときには、**情報提供の仕方を工夫する**ことが肝心です。

テレポ電話営業研修では、電話セールスのコツとして『映画の予告編を作るようにする』と伝えています。我々が予告編を観て「本編を観に行きたい」と思うように、いかに**電話での会話の中で「会って話を聞いてみたい」と思わせる**ことができるかが重要です。アポイント獲得率を高めるトーク構築方法をレクチャーします。



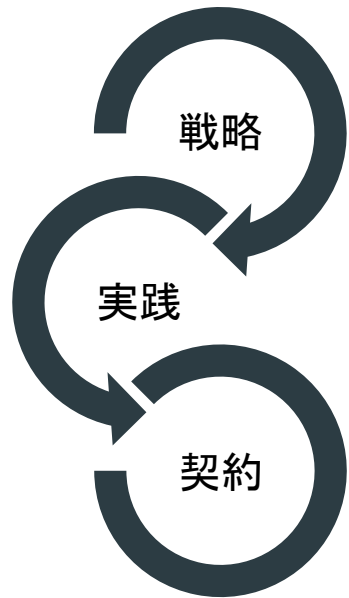
実績

Acceptでは営業マンが自ら正しい方法を考え、スキルアップができる ような営業研修や営業コンサルティングをおこなっています。

Acceptの営業研修や営業コンサルティングの実績

- Web制作会社(神奈川県)→3ヵ月で受注売上**3倍**、テレアポ獲得率**3.7倍**
- 語学スクール(東京都)→6ヵ月で売上**1.5倍**、高額商品の販売率**34%増**
- 住宅工務店(新潟県)→1年で受注数**2倍**、着工まで11ヵ月待ち
- 大手貴金属店(全国)→テレアポ来店率**18%増**、来店後の購入率**11%増**
- 生命保険営業(東京都)→テレアポ獲得率**3.3倍**、成約率**18%増**
- 投資信託営業(宮城県)→テレアポ獲得率**4.2倍**、成約率**26%増**

まとめ



営業マンの研修・コンサルティングは、
戦略的にアプローチすることで
個人の能力を高めることができます。

本ホワイトペーパーで紹介した
スキルを参考にいただき、
実践の場で役立ててください。

貴社の営業チーム向けに、カスタマイズしたトークスクリプトの作成や研修のご提案が可能です。詳細は以下の問い合わせフォームよりご連絡ください。



[お問い合わせはこちら](#)



企業紹介

事業所概要

事業所名	株式会社営業支援Accept(アクセプト)
代表者	赤嶺哲也
所在地	〒359-1106 埼玉県所沢市東狭山ヶ丘-2841-17
設立	2006年1月

アクセプト クライアント様の業界実績一覧

当方が営業研修、営業コンサルティングをご提供させていただいた企業様の一覧(※一部抜粋)をご紹介します。

- ・大手宝飾品メーカー&販売 様【株式会社M様】
- ・大手介護施設 営業 様【株式会社ベネッセスタイルケア様】
- ・大手自動車販売様【ホンダカーズ山形様】他
- ・大手住宅メーカー様【積水化学工業様、ミサワホーム北越様】他
- ・大手農耕機器販売様【新潟クボタ様】
- ・大手投信投資顧問 様【大和住銀投資信託顧問株式会社様】他
- ・大手ガス会社 様【四国ガス株式会社様】
- ・大手寝具販売代理店 様【西川布団代理店】枕販売部門 1位獲得
- ・大手食品会社特約店グループ様【(株)明治 特約 茨城県明乳会様】
- ・大手M&A仲介会社様【株式会社日本 M&Aセンター様】
- ・不動産の売買・賃貸・仲介・管理 様【株式会社コーセーアールイー様】
- ・工務店 様【有限会社アスカ創建様、清新ハウス様】他
- ・広告代理店(住宅総合展示場)様【ファジーアドオフィス様】
- ・防犯システムサービスグループ 様(全国規模)【セキュリティスマス様】
- ・大手人材派遣会社 様【アデコ株式会社様】 他
- ・大手生命保険会社 様【三井生命株式会社様】 他
- ・大手損害保険会社 様【富士火災海上保険様・あいおいニッセイ同和損保様】
- ・大手塗料メーカー&施工会社 様【三州ペイント株式会社様】
- ・大手ハウスマンテナンス会社 様【株式会社アサンテ様】
- ・大手弁護士法人 様【アヴァンセリーガルグループ様】
- ・大手情報通信システム 様【NTTコムマーケティング様】
- ・大手信用リスク受託会社 様【イー・ギャランティ株式会社様】
- ・セキュリティシステム販売&サービス 様【スパックエクスプレス様】
- ・大手ショッピングサイト販売ページ作成 様【アンネット株式会社様】
- ・大手金融機関様【ちばぎん総合研究所様、ちばぎん証券様、常陽産業研究所様】
- ・中古車販売会社 様【株式会社エスタイムコーポレーション様】
- ・太陽光・風力発電所分譲会社 様【株式会社サンエイエコホーム様】 他
- ・大手測量会社 様【CSS技術開発株式会社様】
- ・イベントプロデュース会社 様【株式会社グローバルプロデュース様】
- ・化粧品販売 様【クレシェール化粧品様】 他
- ・健康食品販売 様【IBP株式会社様】 他
- ・エステサロン 様【クレシェール化粧品経営のエステサロン様】
- ・空間除菌清浄機器メーカー&販売 様【株式会社ボンズ様】
- ・配管メンテナンス、高圧洗浄 様【有限会社スカラベ様】
- ・節水設備販売 様【エコアクア株式会社様】 …他

営業セミナー情報を見える