

中小企業を元気にする 5つの講座

講座 1 全員の営業力を向上させる講座

講座 2 社員の数だけスターをつくる講座

講座 3 非価格競争・高収益実現講座

講座 4 優良客の固定客化を図る講座

講座 5 現場力で継続成長を実現する講座



◆所要時間はいずれも3時間です



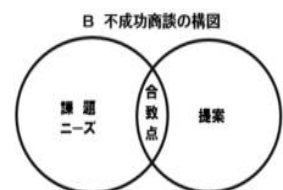
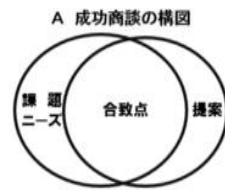
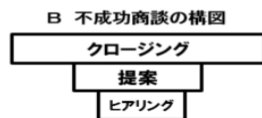
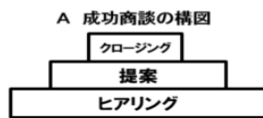
全員の営業力を向上させる講座

- ・状況対応セールスとは、お客様の状況(課題)やニーズに対応して提案する手法です。この手法を使えば、誰でも営業力を飛躍的に向上させることができます。お客様の状況・ニーズ別に提案を分類整理して、商談ストーリーの成功パターンを作るからです。端的に表現すれば「お客様の信頼を得て楽に売る方法」です。

① 売れる営業員と売れない営業員の根本的な違いは何か！

- 売れる営業員は十分聴きだし、提案・クロージングを行っている
- 売れる営業員は、顧客の課題ニーズと提案の合致度が高い

- 成功商談A=ヒアリング>提案>クロージング
- 不成功商談B=ヒアリング<提案<クロージング



② 売れる営業員をつくるための「商談の成功パターン」のつくり方

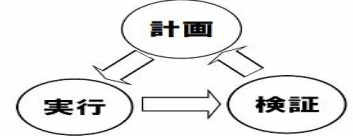
- 一般論として語られる優秀営業員像=お客様の要望を聴きだした的確な提案をする人
 - ・しかし、聴きだしも提案も簡単ではない！特に若い営業員は見当がつかない
- 解決策として考えたのが商談の成功パターン化=お客様の状況別商談ストーリー
 - ・お客様の状況別に①聴くこと②提案すること③クロージングのストーリーを作成
- 商談の成功事例を2つの方法で収集し、情報を整理した上、成功パターンをつくる
 - ①営業員から成功事例を収集する(3つの行動の具体的内容を聴く)
 - ②優秀な営業員の営業日報(3つの行動が記入できる日報)を収集する

③ 私の事例(ミサワホームの事例)の概要と成果

- 約300の成功事例を収集し、お客様の状況(悩み・課題)を25に分類
- お客様のニーズ別の提案を整理し、事例集を制作
- 上記の対応によって商談力が格段に向上し、アポ面談率が45%アップした

④ 他業界の事例—個人営業だけでなく、店舗、通販でも応用できる

- 事例1 生保業界で業績断トツの法人専門の営業マンも提案をパターン化している
 - ・経営者の資産・所得・家族・相続の状況に合わせた55の提案営業を行っている
- 事例2 セブンイレブンが業界一の高収益をあげているのは状況対応力が要因
 - ・〇〇の状況では〇〇が売れるという成功パターンを全店舗が共有している
- 事例3 超優良会社スタートトゥデイの成功の秘訣は「顧客の状況に合ったアドバイス」
 - ・顧客の問合せに「自分のためだけに」と思わせる150のアドバイスメールを活用



社員の数だけスターをつくる講座

・この講座では、社員を成長させる仕事の3つのサイクル(計画・実行・検証)をスピーディに回し続けるために、計画段階での大きな気づきを得る「視点」を提供します。さらに社員のやる気や意識を高める本質を捉えた手法を解説します。

① 視点を変えれば気づきが生まれ、新しい仕事の改善を創造できる

- 今までの仕事の延長線上では、効果的な改善点は見つからない
- 視点を変えれば、**新しいやり方、やり甲斐、アイデア**が見つかる
- **仕事を改善させる12の視点**と改善するための質問とアドバイス
- 3つのサイクル(計画・実行・検証)を回すことによって**成長スパイラル**が生まれる
- 3つのサイクルを回し続ければ、仕事を好きになり会社に行くことが楽しくなる
- 3つのサイクルが定着すれば、社員一人ひとりが自ら考え自ら動く組織になる

② モチベーションを上げる2つの方法

- **外発的動機づけ**(金銭的報酬、勝敗等)の効果は短期(初動づくりには有効)
- **内発的動機づけ**(仕事の面白さ、自分の成長、達成感等)は効果が高く持続する
- 内発的動機づけの方が圧倒的に効果が高いことを実証した心理学者R氏の実験
- **事例** 連戦連敗のチームを3年で日本一にした京大アメフトの監督の手法
- **事例** 利益100億円をあげたリクルート・ホットペッパー事業部の社員へのやる気づくり

③ 社員の意識を確実に高揚させる「裁量付与」と「役割明示」

- 人は「**任されたら頑張る**」という遺伝子を持っている
- **事例** 権限委譲によって27年増収増益の快進撃を実現させたドンキホーテ
- **意義のある役割**を明示できれば自己重要感を高めることができる
- **事例** 社員の存在価値を高め劇的に意識を変えた3つの事例
- 毎日使う言葉、毎日見るもの、毎日行うことを変えれば意識は変わる

④ 社員の人財化を促進する効果的手法

- 「自社の人財像」を明確にすれば社員のパワーを結集できる
- 社内における「学ぶ場」「教える場」のつくり方と運営のポイント
- **事例** 社内学校で社員の人財化とリーダーの養成を実現している産廃会社
- 社員の得意分野を見出して人材化を図る手法
- **事例** 得意分野別の役割と肩書きで社員をスターにしたリフォーム会社



非価格競争・高収益実現講座

・この講座は「圧倒的に有利な市場を確保すること(ポジショニング)」と「顧客のキーニーズを押さえること」の2点がメインテーマです。ポジショニングとキーニーズは市場と顧客の急所であり、非価格競争によって高収益商品を生み出すカギになります

① 市場の急所を突くポジショニング手法 未知の問題を発見せよ！

●誰も目をつけていない問題が発見・解決できれば圧倒的に有利な市場を確保できる

●**カモメとアリの両眼**で見れば問題が発見できる(俯瞰する眼と細部を見る眼)

事例 タクシー業界のイメージを一新した業界の風雲児 MKタクシー

事例 ゴミの資源化を徹底して3Kの産廃会社を優良会社に変えた石坂産業

事例 自然型循環農業の推進と流通改革によって新しい農業を見出した和郷園

事例 受験業界の問題点を見出し、受験生の悩みを解決したリクルートの事業部

② 顧客の急所を突く手法 キーニーズを発見せよ

●「あれもこれも」の発想は失敗を招く。**最も重視される要因**に的を絞れ

●KN発見の秘訣—ヘビユーザーに聞く、最の質問を駆使、行動の徹底観察

事例 ブティックの顧客のキーニーズを発見し断トツの業績をあげている2つの事例

事例 「入所するとたちまち元気になる老人ホーム」が見出した入所者のキーニーズ

事例 年間100万本の大ヒットになったパイロットのボールペンのキーニーズ

③ ヒット商品のアイデアを泉のように創造する手法

●「アイデアは既存要素の組合せ」だがポイントは**価値を生む要素の組合せ**

●今まで体系化されなかった「ヒット商品のアイデアを生み出す3つの組合せ手法」

事例 手法1 多くの人を持つ欲求「めんどくさい」を排除する複合商品の事例

事例 手法2 商品の欠点を補完する要素を組合せた複合商品の事例

事例 手法3 魅力的でない商品に魅力的要素を組合せた複合商品の事例

事例 手法3を応用して不況業種、不況店舗、不況地域を活性化させた事例

④ 年々高まる「心の豊かさを求めるニーズ」に合った商品を提供せよ

●物の豊かさ=左脳価値より心の豊かさ=**右脳価値**が求められている

●左脳価値の強化は高コスト化と際限のない競争を招く

●右脳価値の高い商品とは「人をハッピーな気持ちにして喜んでお金を支払う商品」

事例 右脳価値を生む7つのキーワードと具体的な23の商品サービス事例

優良客の固定客化を図る講座



・この講座では「やずや」の社長、西野博道氏の顧客管理論をベースにして、優良客の固定客化を図る手法を解説します。優良客を固定客化することはビジネスの王道です。この講座はビジネスの王道を歩む秘訣を知るための講座です

① 12年間で売上を100倍にした「やずや」の西野社長が語る「顧客2分割論」

- 顧客は**モノで動く顧客**(M客)と**心で動く顧客**(H客)に分けられる
- M客は浮気性の人、要求が多くて気に入らないと他社・他店に移る
- H客は裏切らない人、好意に反応して気持で動く、紹介が多い顧客
- H客を重視して顧客管理を行ってきた結果、商売が繁盛した
- 一見、優良客に見えるM客を重視してきた企業はジリ貧になっている

② 優良客を集客する秘訣、非優良客を集客しない秘訣

- 非優良客(M客)を集客しない秘訣は**安価を訴求しないこと**
- 顧客を絞込み、その**顧客が喜ぶサービスの提案**によって集客せよ
事例 サービスの提案によって集客に成功した3つの事例
- 顧客を絞込み、その**顧客のお役立ち情報**によって集客せよ
事例 お役立ち情報の提供によって集客に成功した3つの事例
- 多くの顧客の興味関心を高める**独自性の高い商品の魅力**によって集客せよ
事例 独自性の高い目玉商品によって集客に成功した4つの事例
- 商品価値を伝える**3つの秘訣 価値を知る人の声、生活シーン、価値の根拠
事例 圧倒的な集客成果を生み出した5つのキャッチコピーの事例

③ 優良固定客づくり3つの秘訣

- 秘訣1 「会社の姿勢やこだわり」を伝え**ファン客**になってもらう
- 秘訣2 顧客をチョットいい気持ち、チョットワクワクさせる**琴線関係づくり**
- 秘訣3 **顧客ノート**を作成し「好みやこだわり」に対応する
事例 秘訣1の4つの事例、秘訣2の4つの事例、秘訣3の3つの事例

④ 生涯顧客化を実現する3つの仕組づくり

- 仕組1 **段階式会員制**による上得意客づくりの仕組
- 仕組2 お客様のレベルアップを図りながら**継続関係をつくる教室**の仕組
- 仕組3 お客様にとって**無くてはならないAM**によって継続関係をつくる仕組
事例 仕組1の3つの事例、仕組2の3つの事例、仕組3の3つの事例



現場力で継続成長を実現する講座

・成長し続けている企業は例外なく現場を活用しています。顧客の声と社員の提案を活用することによって現場力を高めているのです。この講座では、お客様の声と社員の提案を徹底活用して継続繁栄企業になる秘訣を解説します

① なぜ、現場力が劣化しているのか！今こそ現場力を重視すべき

- ITが社員の足腰を弱め、職場のコミュニケーションの機会を奪った
- ネットとメールによる情報洪水が社員の時間のムダと頭の混乱を招いた
- データ分析屋さん和管理屋さんが現場力を削いでいる
- 企業の価値はすべて現場にある**現場が弱い会社は顧客から評価されない

② 社内提案制度を「現場を強くする切札」にする方法

- 会社への提案が自由に言えない会社は現場が活性化せず、やる気も向上しない
- 現場を活性化するには「提案改善制度」で社員に**当事者意識**を高めることが大事
- 「会社への提案」「他部門への提案」「自部門の改善」の3つに分けて運営せよ
- 会社への提案は前向きなテーマに絞込み「根拠のある提案」を求めよ
- 他部門への提案は部門の壁をなくす協力提案や連携提案に絞りこめ
- 自部門(個人)の改善は「実施後報告してもらうこと」が現場活性化のカギになる
- 事例** 「常に考える」を社是として年間8千件の提案で高収益を実現した未来工業
- 事例** 社員からの商品アイデアを集めヒット商品を量産する小林製薬
- 事例** 社員から3行の提案を集めて長期増収増益会社にした(株)サトー

ni

③ なぜ、お客様の声を集めることが大事なのか！

- ヒット商品のアイデアの多くは**お客様の声が出発点**になっている
- お客様の本音の声を収集する秘訣
- お客様との接点で声を集める仕組みをつくれ
- 事例** 伊勢丹の業績向上の礎になった顧客の声を集める「ウォントスリップ制度」
- 事例** 観光コースのヒットを生み出す「はとバス」の情報収集法
- 事例** 店頭での顧客の購買行動に関する情報を徹底収集するZARA

④ 継続繁栄企業の共通点は「変化し続ける仕組み」を持っていること

- 伝統もブランドも変革の連続によって生まれている
- 継続繁栄企業は社員と顧客の声によって**変化する好循環**を持っている
- 事例** 好循環によって圧倒的に卓越した商品サービスを提供している2つの事例

中小企業を元気にする5つの講座の2つの特徴

①受講前の企業診断 ②受講後の実行支援

<受講前の企業診断>

診断によって現状と課題が明確になり、的を絞った講座が開催できます

◆ 企業診断で明確になる現状と課題

- ・人財育成力と活用度、人財化の急所
- ・社員のやる気度とやる気低下要因の発見
 - ・マネジメント力と改善のポイント
- ・マーケティング力の診断、弱点とその要因
 - ・社員の不満、要望、提案

<受講後の実行支援システム>

弊社では「受講後の実行」こそ重要だと考えています

アイデア企画創造 シートの提供

- 受講者が自ら考えたことは、実行度が飛躍的に向上します。
- 下記のシートを提供します
 - ①商品の価値創造シート
 - ②ベストポジショニングづくりシート
 - ③仕事改善の達人になるシート

成功習慣を生み出す 仕組の提案

- 大きな成果を収めるには仕組によって習慣化することが大事です。
- 下記の仕組を提案します
 - ①営業力強化の仕組 ②人財化の仕組
 - ③優良固定客づくりの仕組
 - ④提案制度の仕組

プロジェクトチーム と発表会の提案

- プロジェクトチームを作って、成果発表会を実施することを提案します。
- 成果発表会を企画することで実行度は確実にアップします。