営業シーンの流れと目的



訪問準備

- ●プレイメージ
- ●事例準備
- ●同業(競合)情報の 収集



会社説明

会社や営業担当者に 対する信頼



事業説明

お客様が期待している から答える気になり いいヒアリングになる



ヒアリング

商品や事業に対する お客様の期待



商品説明

お客様の状況を しっかり聞いているから お客様に即した説明が できる



商談化

自社課題に即した 説明なので具体的な 提案が欲しくなる

コミュニケーション テーマ

- ●ウォッチング
- (会社の規模、雰囲気、応対)
- ●挨拶
- (訪問目的の確認、会社説明の了解)
- ●会社紹介
- (設立の背景、業務実績、資本関係)
- ●どんなお客さまのどんな 課題を解決しているか
- ●事業紹介
- ●事業領域の説明
- ●事業コンセプト (事業に対する考えかた)の説明
- ●競合との差別化ポイント の説明
- ●ヒアリングの了解

●事業ヒアリング

- ・商品サービス
- どんなお客様が多いのか
- ・他社との差別化ポイント
- ●現場状況のヒアリング (営業の場合)
- ·営業体制 ·活動内容
- ·営業目標·営業戦術
- ·営業課題

- ●商品説明(機能説明)
- ●成果イメージの説明
- ●納品物の説明

- ●決済ルートの確認
- ●資料をいただく
- ●予算イメージの伝達

●電話ヒアリングの了解

●プレゼン(企画・見積り出し) の了解

リソース

基本ビジネスマナー 笑顔 名刺 会社案内(会社概要、沿革) パブリシティ 取引実績

ちゃんとした会社で、 ちゃんとした営業マンだな!

営業案内

事業ドメインツール サービスメニュー 成果事例

ちょっとよさそうだな、

テーマ別ヒアリングシート

成果物の見本 導入シュミレーション例

商品パンフ

メール、FAXで 本日のにぎりの確認

ゴール

話して見るか!

よく聞いて、 ちゃんと理解してくれるな! 具体的に提案してほしいな!

提案が楽しみだな!

手前のプロセスがうまく着地していないと、無理矢理次の段階に進んでも、いい結果は期待できない。