

東京中小企業投資育成株式会社 主催

テレワーク時代に勝ち残るための

営業のススメ方と営業現場のムダ退治

オンラインセミナー

「営業ムダとり」®コンサルタント

テレワーク営業エバンジェリスト

世古 誠

セミナーアウトライン

◇ セッション1 講師の自己紹介

◇ セッション2 現状把握

◇ セッション3 今、行うべき事

◇ セッション4

今の時代に求められる営業マンとは？

◇ セッション5 テレワーク時代の営業成功法則

◇ まとめ

★セッション1 講師自己紹介

★セッション2 現状把握

①営業を取り巻く環境の変化

① 現状の営業マンの動向

② テレワーク環境下での悩み

③ アフターコロナは？

★セッション3 今、行うべき事

①

②

③

★セッション4 今の時代に求められる営業マンとは？

再定義

① これからの時代に求められる営業マンとは？

② 顧客の立場で考えると？

④ あなたが目指すべき営業マン像を考えてみましょう

⑤ セルフコーチングを行い考える

(質問例文は画面を見てください)

★セッション5 テレワーク時代の営業成功法則

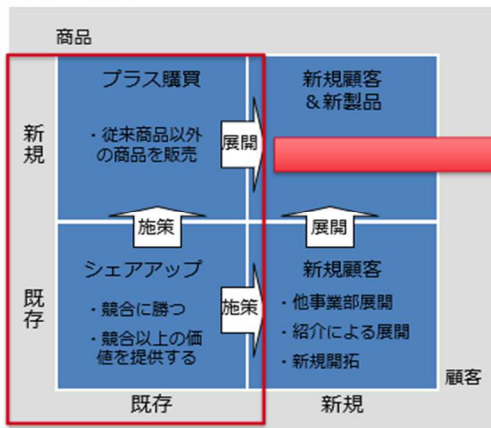
0. 目指すべき営業マン像を決める
1. 実績データを集める、鳥瞰する
2. 各種データの分析を行う
3. ムダを特定し、20%に狙いを定めて一点突破
4. 「モノ」を売らずに「コト」を売る
5. 顧客視点で思考し、顧客の成功モデルのシナリオを描く
6. 「見える化」と「記憶化」
7. 営業マンの付加価値を最大限高める

☆営業現場の「断捨離」

「営業のムダ」

顧客の棚卸

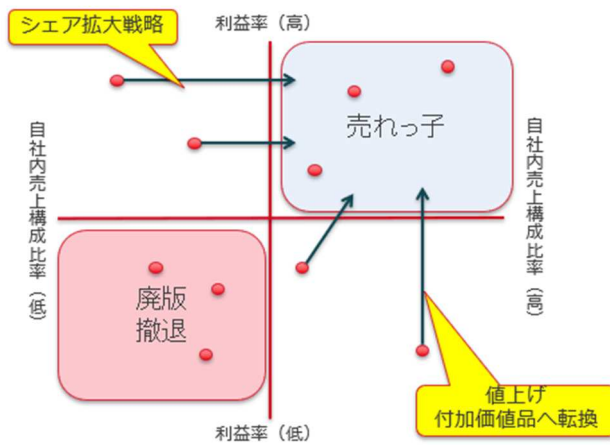
▼顧客攻略例



▼顧客棚卸マトリクス表



商品の選別



追わない案件の基準

☆「モノ」を売らずに「コト」を売る

①提案対象商品名：

②ターゲット顧客：

③対象商品の特徴：

④競合品・従来品との差別化ポイント

⑤競合品・従来品を顧客が利用する（利用し続けた）場合に顧客に起こり得る問題点や課題は何か？

⑥顧客が対象商品を利用することで顧客が実現できる「成果」「効用」は何か？

☆顧客視点で思考し、顧客の成功モデルのシナリオを描く

コーチングで用いる GROW モデルを利用し、

営業マンが顧客の成功シナリオを作成する

- ・ 5 W 1 H のシートに具体的に記載する
- ・ 顧客に伝えるべき「顧客の成功シナリオ」
- ・ あなたがお手伝いすべきこと



動画やメールで伝える

☆営業動線設計シート

★まとめ

闇雲に動画・メールに飛びつかない

会社とあなたの「志」を再定義

何を売るべきか？どこへ、どのように売るのか？

顧客視点でのメリット整理

顧客の成功シナリオ（脚本）を売り手が描く

営業動線を決める

動画・メールの配信

「最後に、この営業マンと会話をして決断しよう！」

そういう営業マンになるメソッドがここにある！

★テレワーク営業無料相談室（コロナ応援企画で無料）

<https://telework-advice.mudatori.jp/>



※

WEB方式での面談となります

★オンライン講座 「テレワーク時代の営業育成塾」のご案内

全5回のオンライン参加型の講座となります。

まずは無料相談室へお越しください。ご優待の案内をさせていただきます。

★受講者アンケートのご回答のお願い



→→ここからアクセス下さい→→→

〒520-0807 滋賀県大津市松本2丁目15-11
TEL : 077-524-0002 FAX : 077-526-0515
HP <https://mudatori.top/>
mail:m-seko@nike.eonet.ne.jp

本日はご参加ありがとうございました。