



競合に勝てる販売戦略 & 販売活動 短期集中トレーニング

アンカー・ビジネス・システムズ(株)
永田隆一

星空さん、精密装置の営業担当

京都電機で、注文が出る直前まで来た。
お客様の上司から注文の確約をいただいた。

しかし、結果的に注文を競合に取られてしまった。

星空さんは、競合の担当者が、高校のクラスメイト。
食事に誘い、営業活動にアドバイスを依頼。

クラスメイトのアドバイス

星空さんは、技術部門だけにコンタクトして、性能と生産性についてのみ説明。勝てると確信していた。

⇒京都電機は、全社をあげて構造改革を行っていた。
構造改革は、生産現場の柔軟性とセキュリティ。

⇒競業企業は、構造改革を担う部門の責任者とコンタクトを取り、早い段階から、生産現場の柔軟性とセキュリティに関して、十分な情報交換と対応可能であることを説明。

アドバイス: お客様の組織における意思決定プロセスと、お客様の未来の要求への対応を、怠ったのが敗因である。

日本企業の一般的な傾向

開発、技術、製造、調達、管理部門の
考課査定は、概ね、客観的である

営業・販売の考課査定は、低めになる傾向ある
⇒売れないのは、営業の能力不足が原因だと、
考える傾向が強い。

優秀な営業でも、社内で、説明をしない。
たまたに、営業が説明しても、説得力がない。

ABSのトレーニングのポイント



- 1) 営業・販売は科学的マネジメントである
- 2) トレーニングで、身につく
- 3) リハーサル、リハーサル、そしてリハーサル

営業部隊のアセスメント

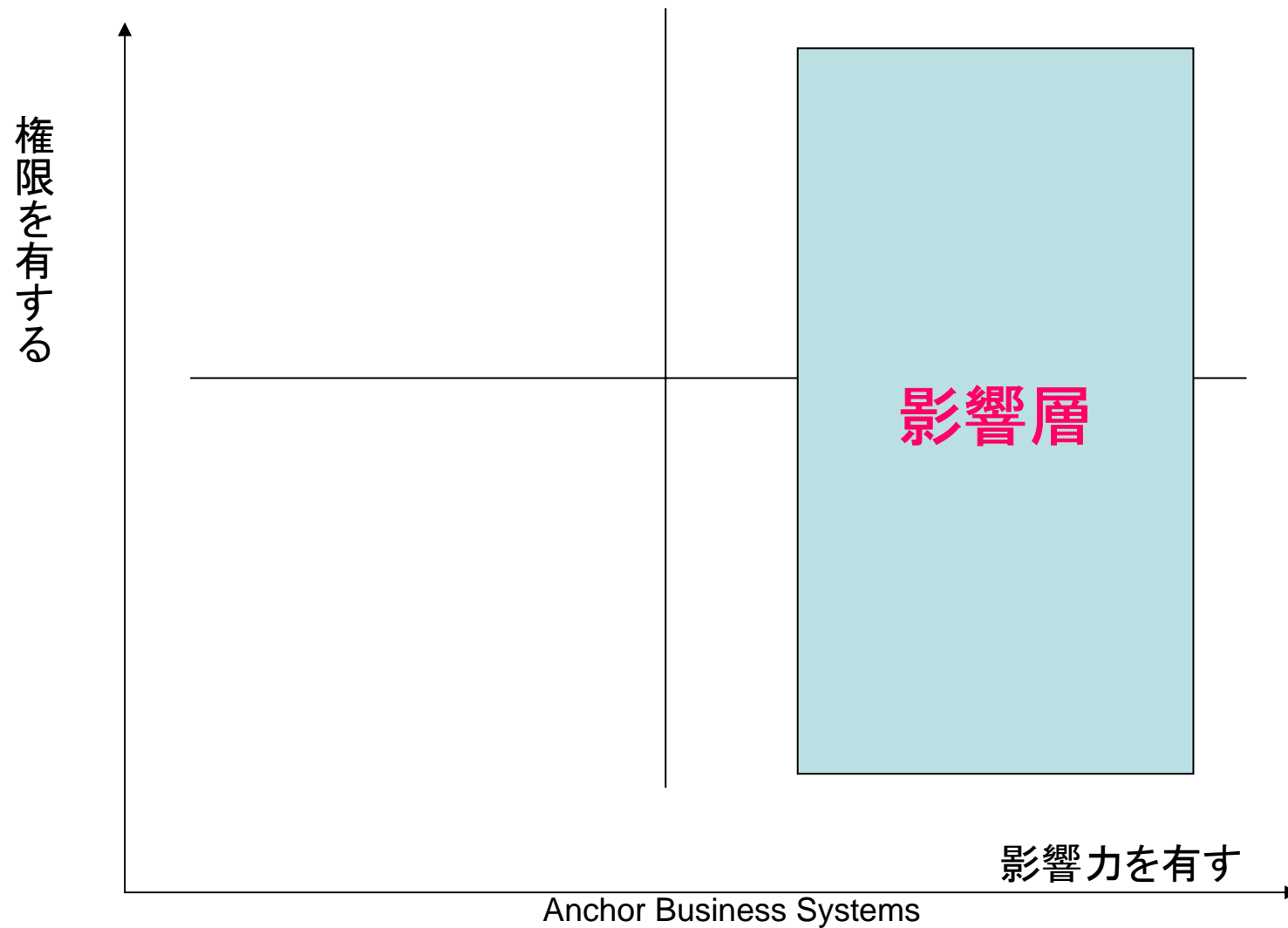
強いところ、弱いところを客観的に分析

1. **自社**製品、自社組織を理解できているか？
2. ビジネスマンとして、**訓練**されているか？
提案能力・プレゼンテーション・ディベート
3. **お客様**の購入に関わるストーリーを理解するしくみを
知っているか？お客様のニーズ・利益・組織
4. **競合**に勝つことを常に念頭においているか？
競合分析のやり方、販売戦略の理解の仕方
5. **お客様のお客様、お客様の競合**を調査しているか
そこに、お客様のニーズが隠れている。

3つで考える

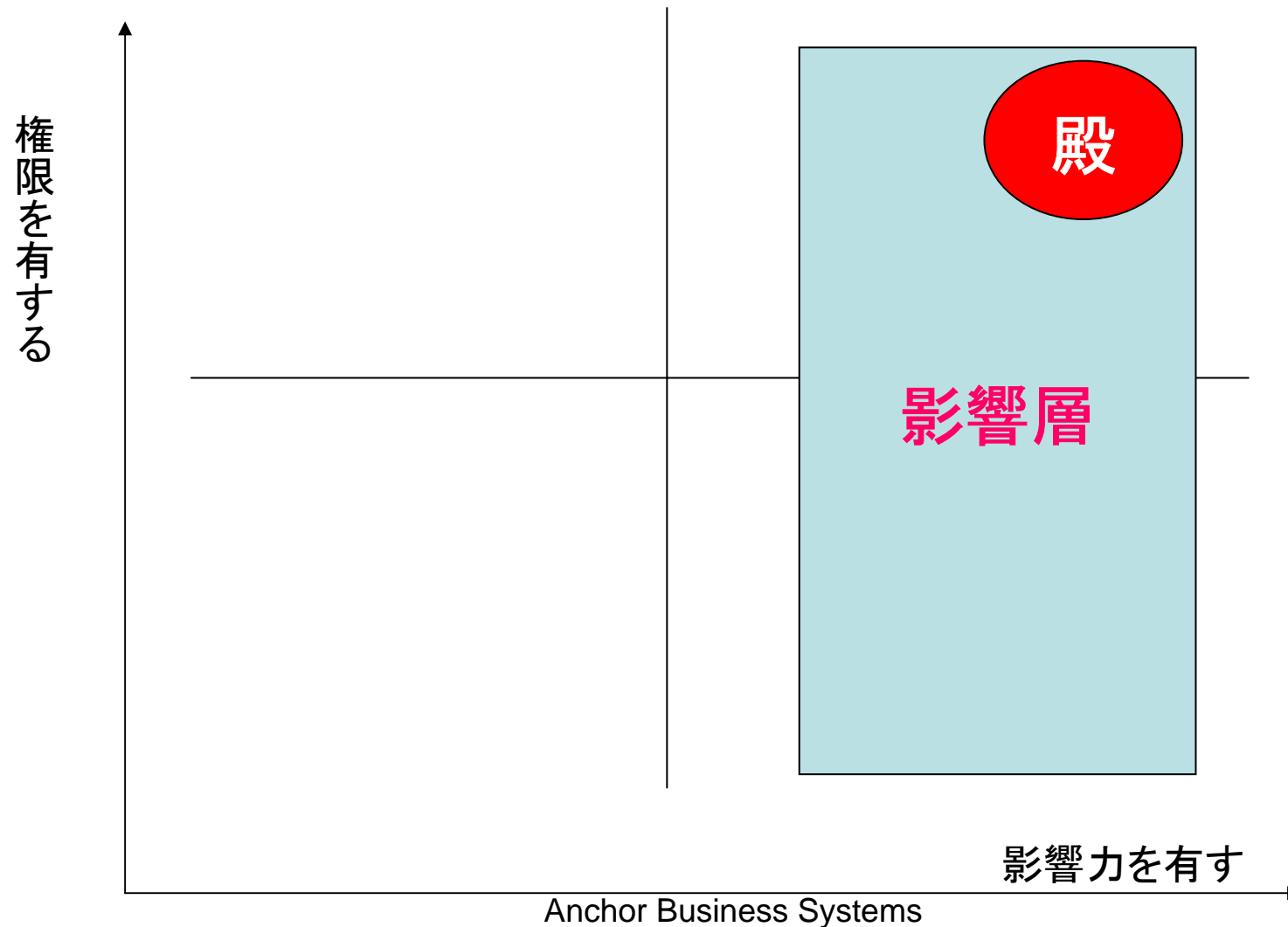
- 1) 意思決定にかかわる組織内でのかけひき
- 2) お客様の突然の方針変更、組織変更
- 3) 戦略

影響層 購入決定に関与する人達



殿 購入を最終決定する人

⇒ 決定を補佐する影響層



殿を見つける

取締役、本部長、事業部長、部長

影響力層を見つける

殿の意思決定を助ける情報を発信する

部門はまたがる、参事、課長、主任、主担当

見つける方法

1. ホームページ、雑誌、社内報等
2. 抜け目ない観察
3. 効果的なコンタクトと、質問

戦略は4つしかない

直接 がちんこ・真っ向勝負

包括 局地戦はやらずに、総取りを狙う

間接 セグメントリーダーに乗る

分断 市場セグメントを狭めて

販売戦略の策定手順

自社製品の市場価値、競業分析

お客様の組織から、殿&影響層をあぶり出す

製品を売らずに改善計画を売る

戦略の難しい点

⇒戦略には時間の概念がない

⇒戦略は、やってみなければ分からない

⇒戦略は、行動する担当者の能力に
結果が大きく左右される。

販売戦略

目標 概念

ゴール 時限設定、成功の判断基準

戦略 時間の概念がない

戦術 行動計画 3W

3W : What Who When

必要なこと

販売戦略の定期的な見直し

戦略は、普遍的。変更しない。

変更するときは、目標そのものを変更する

障害の観察と認識が重要

顧客の部門長が、競合の妻

⇒すべての決断は感情的

販売戦略策定トレーニング

座学では、身に付かない

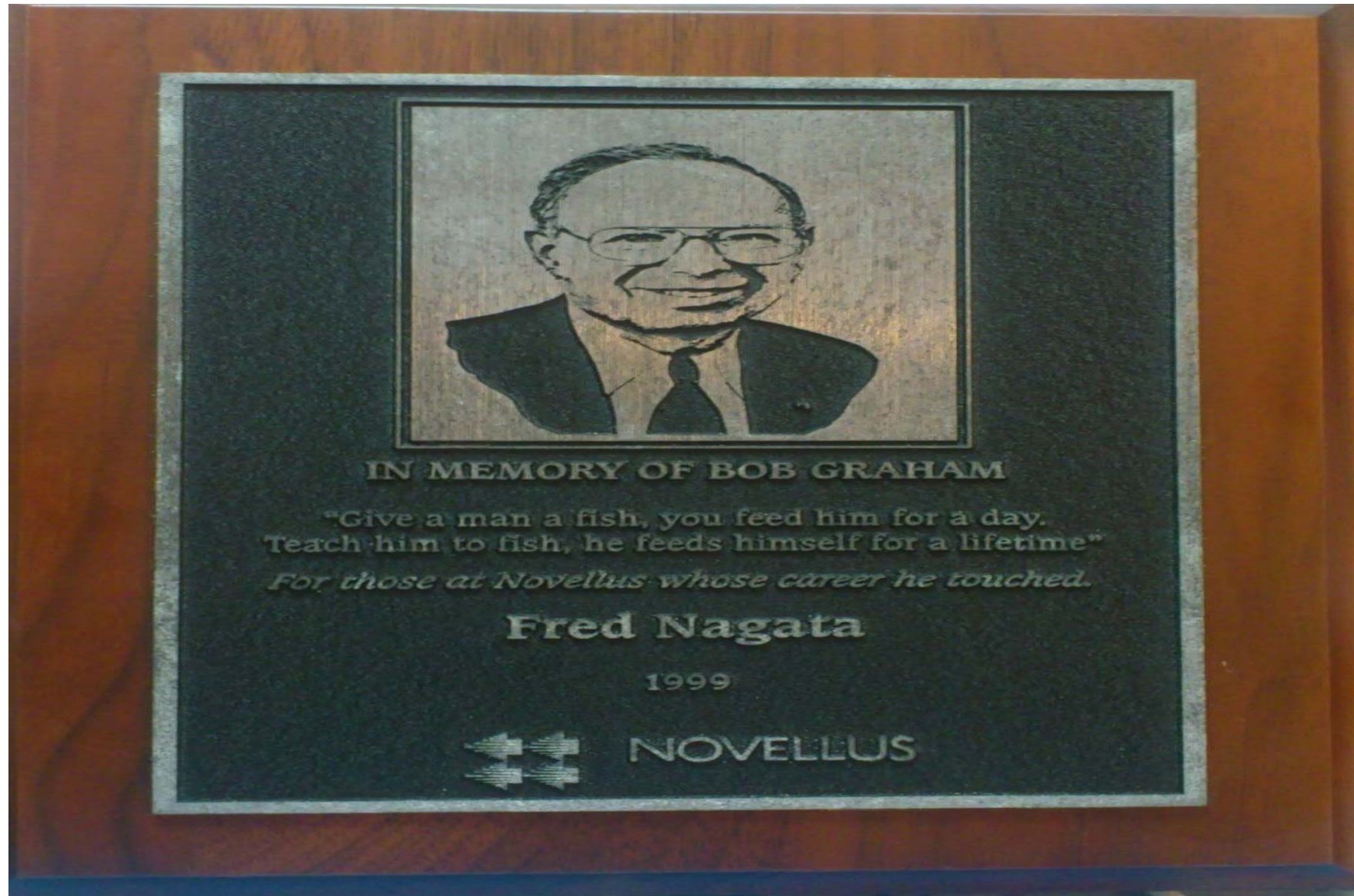
実際の、商談案件を題材に、販売戦略策定

トレーニングで、誰でも、第三段階の
できる営業へ変身できる。

(営業の 4つの段階)

1. 自社の製品の説明が出来る
2. お客様のニーズを考慮できる
3. 競合に勝てる
4. お客様のパートナー ⇒ビジネスは総取り。

Ryuichi Fred Nagata は、Bob Graham (Intel、AMAT、Novellus
の創業に関わった)の、最後の直接の弟子のひとり。





Winners are willing to do
what losers are
not willing to do

Bob Graham



アンカー・ビジネス・システムズ(株)

○創業 2003年 2月、資本金 2035万円

○事業分野

エレクトロニクス 半導体・液晶・太陽電池
MEMS 材料 IT

○事業内容:

戦略系コンサルティング
販売支援、マーケティング戦略策定支援、
開発支援、営業・マーケティングトレーニング
E-BUSINESS 開発

○奈良先端科学技術大学院 非常勤講師

NEDO(経済産業省所管)技術委員
半導体産業新聞 連載 10年



代表取締役社長 永田隆一