LiB CONSULTING　１００年後の世界を良くする会社を増やす

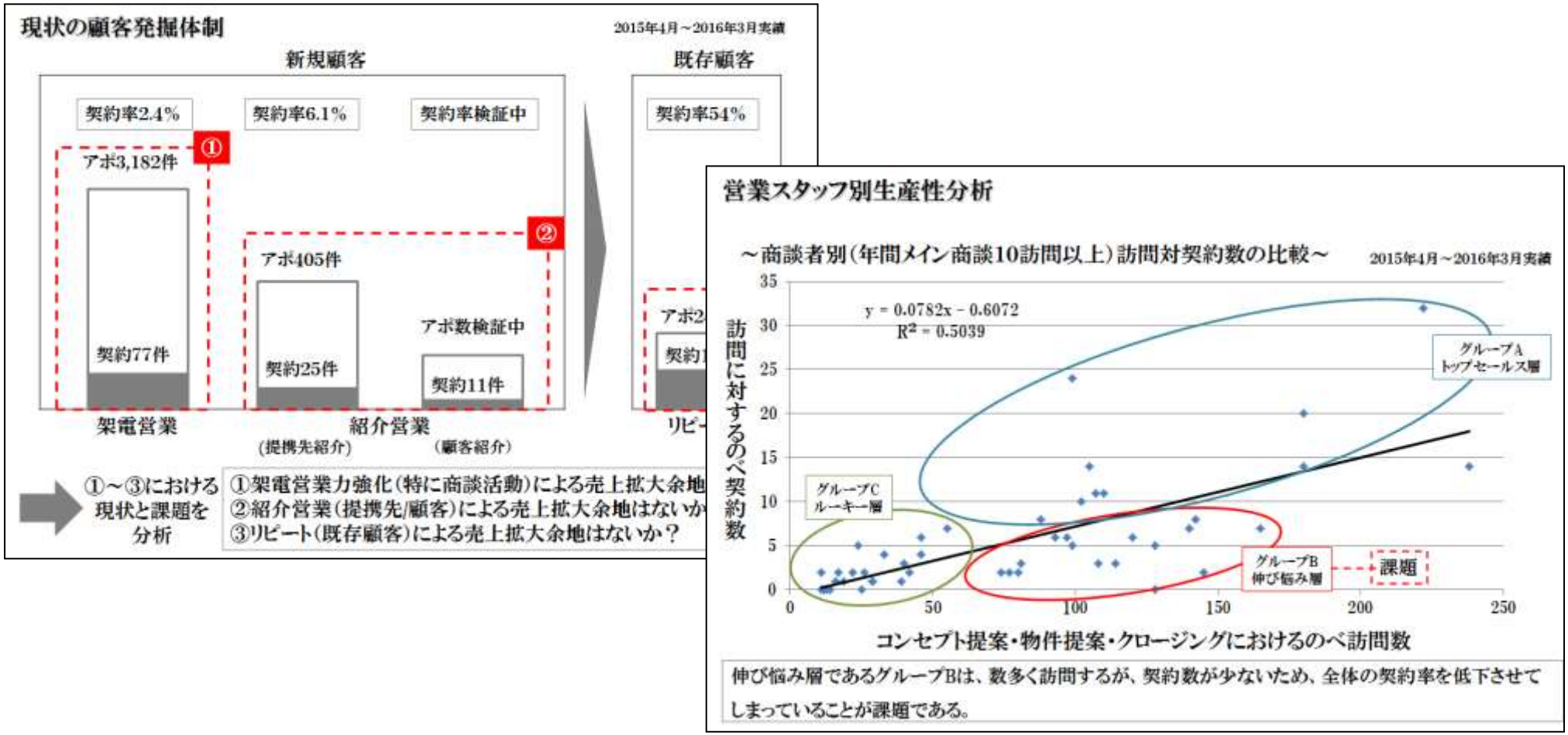
営業組織のハンズオン型改革支援プロジェクト

プロジェクト成果物の例

- 本資料は当社のコンサルティング支援のイメージをお伝えするための参考資料です。
- 内容は当社の実績をもとに作成しておりますが、あくまで一例であり、実際はお客様の与件によりまして成果物は異なります。
- お客様の成果につながる最適なアプローチで支援いたします。

STEP1:営業の勝ちパターン設計

- 活動実態の評価
  - ✓ 各種営業プロセス分析（発掘ルート/営業スタッフ別等）により、営業生産性の現状を把握
  - ✓ 売上拡大に向け、強化すべきルートや営業スタッフグループを明確化



Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

STEP1:営業の勝ちパターン設計

LiB CONSULTING

- トップセールスのベストプラクティス抽出
  - ✓ 営業同行、インタビューを通じて各営業スタッフグループにおける現状レベルを明確化
  - ✓ 各セールスステップにおいて、ベストプラクティスとなる行動基準を明確化

～ベストプラクティスの抽出イメージ～

セールスステップ	新人セールス	一般セールス	トップセールス
STEP1	・自己開示をしていない為、お客様の情報が引き出せない ・お客様の関心を引き出す姿勢がない	・お客様の関心ごとに触れ、簡単なリアクションを取ることは出来ている ・会話の深掘りはないため、お客様と深い関係性を築くことが出来ない	・お客様の経営実績等について触れ、賞賛している ・〇〇購入を検討する社長の悩みあるあるを説明し頷き頂ける
STEP2	・お客様が話す言葉一つ一つに対して応酬し、持論で指導のような説明を一方的にしているため、心頼を得ることが出来ていない	・お客様情報をもとに、情報提供を実施 ・半数程度のお客様からは、信頼を頂くことが出来ている	・具体的な数字、事例など説得力の話をすることで心頼を得ている ・顧客タイプに応じて、適切なネタを展開出来るため、幅広いお客様の心をつかむことが出来る
STEP3	・好感形成、心頼形成ができていないために、問題点共有のステップまで会話を進めることができない	・ヒアリングが少ない為、企業における問題、経営者の関心事項等が明確になっていない	・お客様の業界に関する課題や具体的なお客様の事例等を話しながらスムーズにヒアリングをすることが出来ている
STEP4	・～～～	・～～～	・～～～

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

STEP1:営業の勝ちパターン設計

LiB CONSULTING

- 営業の勝ちパターン構築：検討方法
  - ✓ 自社トップセールスを中心に、ワークショップ形式で営業の勝ちパターンを設計
  - ✓ 自社の勝ちパターンをセールスステップやセールストークに落とし込む

実施形態

ミーティング形式　数回
合宿形式　1泊2日にて1回

参加者

・トップセールス　5～6名
・若手/中堅セールス　2～3名
・ＰＪメンバーの皆様

徹底した議論

理想のセールスステップ

キラーセールストーク

理想のマネジメント手法

トップセールスの勝ちパターンを体系化

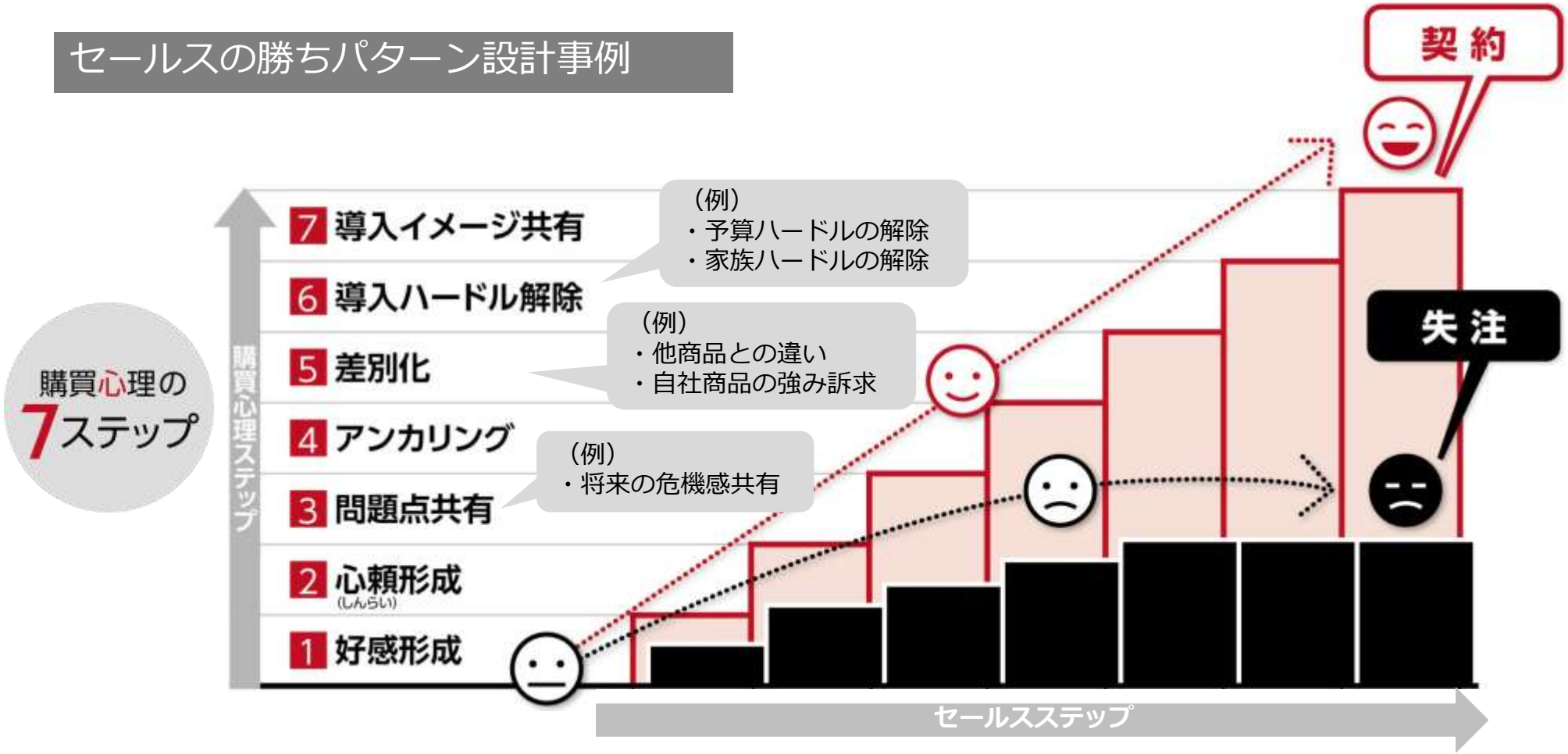
STEP	1回目商談				2回目商談
活動	①興味付け～必要性確認	②商品コンセプト説明	③次回アポ依頼 ～物件提案ニーズが低い場合～	③次回アポ依頼 ～物件提案ニーズが高い場合～	物件提案
ゴール	●会社の価値などを伝え、信頼性を高める ●信頼による信に興味付けをし、聞きたいと感じて頂く	●都心商業地オフィスビル取得の戦略的商談を伝えることにより、ＶＯＲＴＳシリーズに興味を持ち頂く	●物件提案に繋ぐ為ご頂き、次回アポを獲得する	<コミットメントゴール> ●再訪の設定ができている ●連絡先（携帯電話番号）の取得 ●面内物件の紹介込み（事前の電話にて実施）	<コミットメントゴール> ①デスクＯＫをかちとこと （～～が出来れば、期間を前向きに検討出ます！） ② （デスクＯＫが実現なら）次回アポ設定
タスク	①名刺交換 ・自己紹介、名刺の献呈 ②アイスブレイク ・天気の話 ・道中で見かけたもの ・土地に関する話 ③プロファイリング ・聞いてあるお話にあわせて自社の機能紹介 共有 ④会社案内 ・会社概要の説明 ・メディア実績の説明 ・財務実績の説明 ・提供サービスの説明 ・受託実績の説明 ⑤実所社長プロフィール ・キャリアスタートと現在 ・金融商品の専門家 ⑥商品案内 ・ＶＯＲＴＳシリーズの説明 ・管理実績の説明 ・提携改定交渉の説明 ・平均空室率の推移説明	①戦略の説明 ・不動産投資のポイント（需給バランス） ・東京における物件チョイスのセグメント ・中規模オフィスビルの優位性 ・中規模オフィスビルの動き事例 ②区分所有オフィスの特徴の説明 ・区分所有オフィスのＭＥＲＩＴＳ ・メリット①収益性が高い（１棟ビルとの比較） ・メリット②安定性が高い（管理組合） ・メリット③他の価格が高い（興業物件価格） ・メリット④流動性が高い（小口化による流動性） ③サービス内容の説明 ・バリューアップ工事 ・設備メンテナンスサービス ・オーナー優専用サイト ・機能的なリスクスクリーニング ④市況の説明 ・東京への一極集中 ・都心部の所有空室率、賃料の推移 ・インルドスプレッド（日本、海外） ・出口戦略の実例 ・所有権化による二次流動性の実績	①ＶＯＲＴＳシリーズの紹介 ・ＶＯＲＴＳシリーズＶＳの課題 ②次回アポ提案 ・物件（シミュレーション）提案日程の確認 ③紹介依頼 ・チャレンジ目標の説明 ・現場に来る経営者の紹介依頼 ④終わりに ・レジュメ送付先の確認 ・資料の送信し	④ＶＯＲＴＳシリーズの紹介 ・ＶＯＲＴＳシリーズＦＶＳ課題 ・物件詳細説明 ・金額提示による収支説明 ・デスククローズ ⑤（前向きな場合）個人の提片説明 ・仕分表し表までの流れの説明 ・手付金、入金口座の案内 ・契約日の設定 ⑥（一旦検討の場合）再訪の設定 ・次回アポの設定 ・携帯連絡先の確認 ・ネックセアリング ・シミュレーション条件とアリング ⑦（聞けない場合の場合）初回やり直し設定 ・再訪日程の設定	①現状振り返り ・前商談における重要ポイントの振り返り ②物件資料説明 ・資産ＦＶ ・写真 ・広域地図 ・詳細地図 ・仕入れ経緯 ・物件概要 ・平面図 ・ＬＣＣ ・現場の基金組み入れ ・現場のバリューアップ ・写真のバリューアップ ・ＣＦ計算書 ＳＷＯＴ説明 ・ＳＷＯＴ説明 ③顧客への提案評価ポイント ・顧客の提案評価に対して物件がもたらす効果 ④デスクトクローズング ・現場の確認 ・現場点への応諾 ・買い付け受注 ・ハードル解除
ツール	・会社案内（会社概要、メディア実績、財務実績） ・ジャパラ（ＶＯＲＴＳシリーズ紹介） ・アプローチブック：お客様の物件事例 ・回収記事	・アプローチブック：概略 ・アプローチブック：サービス内容 ・アプローチブック：市況説明	・ＶＯＲＴＳシリーズＦＶ 【お渡しする資料】 ・会社案内、メディア実績、ジャパラ、Ｖ-ＰＬＵＳ ・物件ＦＶＯＤＶＤ （アドレスなし、代表アドレスの場合）	・ＶＯＲＴＳシリーズＦＶ 【お渡しする資料】 ・会社案内、メディア実績、ジャパラ、Ｖ-ＰＬＵＳ ・物件ＦＶＯＤＶＤ （アドレスなし、代表アドレスの場合）	・物件資料 ・ＳＷＯＴ説明資料

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd.　All Rights Reserved.

STEP1:営業の勝ちパターン設計

- 営業の勝ちパターン構築：検討テーマ例①各種商品提案営業
  - ✓ トップセールスの行動に基づき、営業における理想となる営業シナリオを設計
  - ✓ 単にセールスステップの整理のみでなく、顧客の購買心理をいかに高めるかに焦点を当てて、トップセールスの手法を体系化することが必要

セールスの勝ちパターン設計事例



Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

STEP1:営業の勝ちパターン設計

LiB CONSULTING

● 顧客購買心理に沿ったセールスシナリオ設計（事例）

1 好感形成

お客様の警戒心が解かれ、双方向での自然な会話をすることに了承を頂けている状態を指します。
どんな営業活動においても、まずは良好な人間関係を築き、好感をもってもらえなければ話がはじまりません。まずは話を聞いて頂ける関係性をつくることが第一ステップです。

2 心頼形成（しんらい）

「販売のプロフェッショナル」としてのポジションを確保し、心から信頼して頂けている状態を指します。
単なる「良い人」で終わるのではなく、「商品・サービスを知り尽くしたプロ」へと認識を高めていただき、「この人に相談したい」と感じて頂くことが不可欠です。
心頼を獲得できなければ、ヒアリングを行ってもお客様は本音で語ってくれません。

3 問題点共有

現状に関する悩みや不満について確認し、共有できている状態を指します。
このステップまで来てようやくお客様は営業マンに悩みや要望を話してくれます。
夢や希望を伺うことはもちろん大事ですが、初期段階においては要望が明確になっていないことも多いため、「ヒアリング」という形で整理し、問題点を一緒に解決していく姿勢を感じて頂くことが必要です。

4 アンカリング

お客様に商品・サービスを選ぶ際の「選択基準」を持って頂けている状態を指します。
お客様にとっては「どんな基準で商品・サービス選びをしたら良いのか」が不明確です。
お客様が得たい状態に近づくための「選択基準」を提示する必要があります。

5 差別化

アンカリングによってお客様に認識して頂いた「選択基準」に集約して、自社・商品の特徴（機能性能・デザイン・コンセプトなど）を説明することです。
「差別」とは、「ある基準に則して、差をつけて区別すること」（大辞林）とあります。
アンカリング→差別化の手順を踏むことで、自社の強みがより効果的にアピールできます。

6 導入ハードル解除

資金、時期の調整など導入を進める上でのハードルを確認し、共有できている状態を指します。
契約までには数多くのハードルがあるため、最終的に「買うことを延期する」というお客様も少なくありません。
資金、時期を確認し、解除していくことで、お客様自身は購入に向けた
プロセスを整理する事ができ、営業マンは後々のハードルを予測することができます。

7 導入イメージ共有

商品やサービスを導入したら「どのように現状が改善されるか」というイメージを共有できた状態です。
お客様の消費に対する価値観は「モノからコト」へと変化してきています。
差別化されたポイントが「自身に具体的にどのようなメリットにつながるのか」を
お伝えすることで、その商品を手に入れたいと感じてもらうことができ、意志決定が促進されます。

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

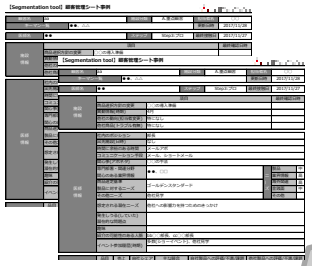
STEP1:営業の勝ちパターン設計

- 構築した勝ちパターンに基づくシステム設計
  - ✓ 構築した勝ちパターンに基づき、活動KPIや営業フロー等を整備

ベストプラクティス抽出

■優秀セールスの特定

■ベストプラクティス抽出
- 獲得した顧客情報分析
- 接触時の営業内容分析



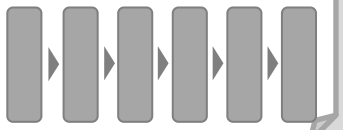
活動KPIと推奨行動設計

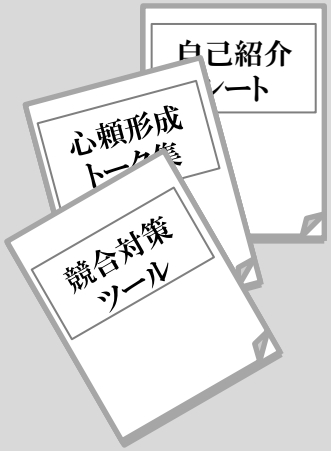
■活動におけるKPI指標
- ☑ ~~~~~~~~~
- ☑ ~~~ ~~~~~~~~
- ☑ ~~~~~~~~~~~
- ☑ ~~~~~~~~~~

■KPI向上のための推奨行動
- ☑ ~~~~~~~~~
- ☑ ~~~ ~~~~~~~~
- ☑ ~~~~~~~~~~~
- ☑ ~~~~~~~~~~

営業フロー・ツール構築

顧客への営業フロー





システム設計

■システム診断・設計
- システム機能診断
- システム活用実態調査
- 新システムの全体設計

■システム構築

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

STEP1:営業の勝ちパターン設計

- 商談サポートに関するシステム設計（事例）
  - ✓ 重点顧客の不足情報をシステム上で判別し、情報収集項目を明確化する
  - ✓ 営業スタッフは、不足情報を商談において確認するように行動を取れるような仕組みを整備

【Segmentation tool】顧客管理シート事例

顧客名	aa	施設分類	A.重点顧客	担当者名	○○
キーマン一覧	●●、△△			更新日時	2017/11/28
医師名	●●	ステップ	Step3:プロ	最終接触日	2017/11/27

	項目		最終確認日時
施設情報	商品選択方針の変更	○○の導入準備	
	異動情報(時期)	4月	
	他社の動向(担当者変更)	特になし	
	他社商品(トラブル有無)	特になし	
医師情報	社内のポジション	部長	
	出先施設(日時)	なし	
	時間に余裕のある時間	メールアポ	
	コミュニケーション手段	メール、ショートメール	
	関心事(アポネタ)	○○の手法	
	専門部署・関連分野 関心のある業界情報	[redacted]	
	商品選定基準 製品に対するニーズ	[redacted]	
	その他ニーズ	他社見学	
	想定される潜在ニーズ	他社への影響力を持つためのきっかけ	
	発生しうる(していた) 潜在的な問題点		
	趣味		
	紹介の可能性のある人脈	bb○○部長、cc○○部長	
	イベント参加履歴(時期)	多数(ショーイベント)、他社見学	

ニーズ		
	製品	中
	業界情報	高
	海外関連	高
	金銭面	

【不足情報①】

関心のある情報を
キャッチできていない

【不足情報②】

商品の選定基準や
製品に対するニーズを
キャッチできていない

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

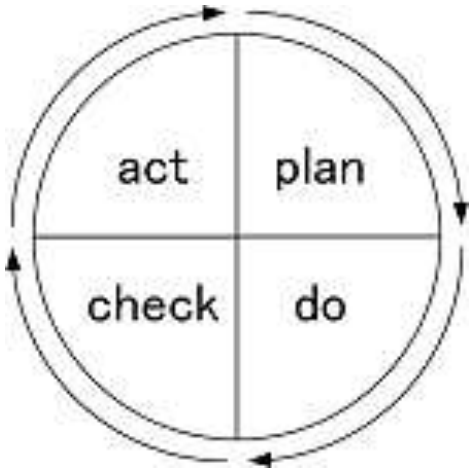
STEP2:パイロットチームによるテスト運用

- 活動ＰＤＣＡ体制の構築
  - ✓ パイロット活動における勝ちパターンを検証するため、ＰＤＣＡを回していく

ミーティングを通じて進捗確認を行いながら、
勝ちパターンのパイロット展開を実施

定例ミーティング／進捗確認

「仮説→検証」のＰＤＣＡを回す



成功・失敗事例共有ミーティング

PLAN	目標を設定して、それを実現するためのシナリオを設計する。
DO	計画を実施する。（実行に向けた動機付けを行う）
CHECK	結果を測定し、結果と目標を比較するなど分析を行う。
ACT	目標を達成する為に必要な改善・対策を実施する。

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

STEP2:パイロットチームによるテスト運用

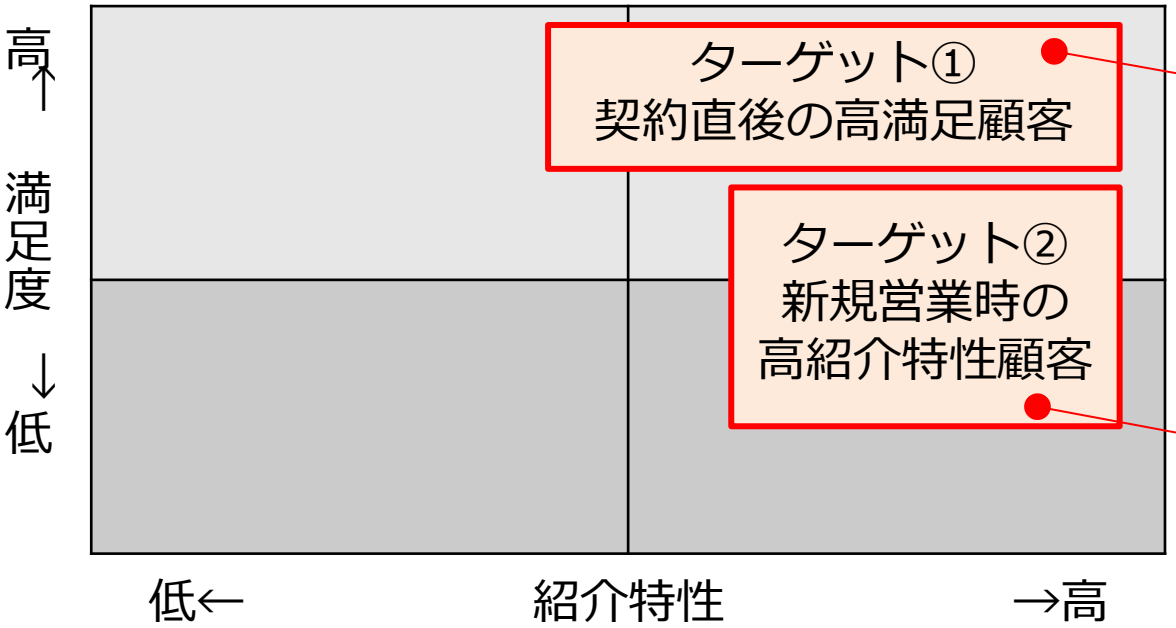
LiB CONSULTING

- 成功パターンの抽出
  - ✓ パイロット活動の中から再現性のある成功事例を抽出し、勝ちパターン化する

～紹介営業における勝ちパターン抽出事例～

満足度の見極め基準
- □XX以内に購入されたお客様
- □XX目的で購入されたお客様
- □XXがX%以上UPしたお客様

紹介特性の見極め基準
- □CSアンケートにおける紹介意向



紹介元	新規顧客
紹介先	知り合い、地元の有力企業（つながりは薄い方）
紹介の経緯	・新規で訪問した先に対して、商談終了後、紹介依頼を実施。 ・一つは、「相続税対策ニーズのある方」「投資ニーズのある方」 「本業の下支えニーズのある方」が知り合いにいないかを特定していき、その知り合いの方を紹介頂くパターン。 ・もう一つは、地元の有力企業を名指しで特定依頼し、つながりがないかを確認。つながりがあまりない場合は、紹介元の名前を出して良いか確認をして、了承を頂けたら、紹介を頂いたという名目で電話を入れる
成功ポイント	①紹介を頂くまで何度も依頼する →一度軽く紹介依頼をしただけではなかなか協力頂けないので、大義名分を伝えたりしながら、何度も依頼をする ②紹介頂きたい企業を特定して依頼 →○○な方を紹介頂きたいという依頼に加え、有力企業の名前を挙げたりする等で企業を特定した依頼を実施。

紹介元	既存顧客（地主）
紹介先	親族の方（同じ地主つながり）
紹介の経緯	・紹介依頼を実施したところ、少し不安があった様子で、積極的な協力は頂けなかった。それに対し、不安心理を確認し、解除することで、前向きに協力を頂くことが出来た。 ・相続税対策について魅力を感じて頂いているお客様なので、同じ地主の方に、○○商品による相続税対策を伝えて頂き、その中から親族の方を紹介頂く。 ・地主は持っている土地にアパート、マンションを建てるケースが多いが、別の選択肢があることを口コミ頂ける可能性は高い。
成功ポイント	①紹介不安心理の解除 →○○に対する３大不安心理（投資していることを知られたくない、２億円投資出来る人はいない、ハードクロージングが不安）を解除する ②明確な口コミ要素を定めた活動指定 →地主仲間にとっての価値を明確に定めて口コミ頂く

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

STEP2:パイロットチームによるテスト運用

LiB CONSULTING

- 営業パターンの選定
  - ✓ パイロットチームの活動成果に基づき、全社展開する営業パターンの可否を選定
  - ✓ 選定した手法を、勝ちパターンとして標準化していく

～パイロットチーム成果による成功可否判定事例～

パイロットチーム	パイロットチームによる成果	全国展開の可否	展開内容
PT① 顧客紹介	既存顧客○名から、紹介アポ数○件 ・既存顧客○名から紹介協力者○名 ・発掘協力者○名から紹介アポ○件獲得	◎	満足度が高く協力頂きやすい契約直後～3年以内顧客をターゲットとした紹介活動を促進
PT② 提携先紹介	若手スタッフの平均アポ率が向上 ・取り組み前：平均○件/月のアポ数 ・取り組み後：平均○件/月のアポ数	◎	ＭＤ課若手スタッフ強化により、全国の銀行支店の開拓を促進
PT③ 営業力強化	ＤＭ送付総数約○件に対し反響○件 ・XX向け郵送ＤＭ：反響○件 ・XX向けセミナーＤＭ：反響○件 ・XX向け手紙ＤＭ：反響○件 ・XX向け手紙ＤＭ：反響○件 ・XX向け手紙ＤＭ：反響○件	×	有効なインバウンド反響を得ることが出来ていないため、展開は現時点ではＮＧ

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

出版書籍

LiB CONSULTING

セールス、CRMに関する書籍を多数出版

Copyrights© LiB CONSULTING Co.,Ltd. All Rights Reserved.

【本件資料・当社サービスについてのお問合せ先】
メールにてお願いします。 info@libcon.co.jp

お名前、所属企業名、ご連絡先などを添えて、
お気軽にお問合せくださいませ。