

「法人営業」を加速する

事業環境の変化に対応し事業成長を実現するためには「法人営業の仕組化」が重要です

法人営業の仕組化E-BOOK

今後BtoBの企業が法人営業を強化していくために必要なことをできるだけシンプルにまとめています



一般社団法人 営業仕組化研究所

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-21
ちよだプラットフォームスクウェア 1215
TEL 03-5859-0606 FAX 03-5859-0607

法人営業の仕組化

～売って下さいと言われる経営を実現する～

一般社団法人営業仕組化研究所 ver.1 (2018.5.1)

営業仕組化研究所では様々な企業様の法人営業力向上コンサルティングで成果を出しています。
これまでの経験を踏まえ、法人営業力を向上させるための留意点をE-bookとしてご提供します。

*** E-book は随時改訂しますので何卒ご了承の程お願いします。**

<目次>

● 「売込み営業」が会社をダメにする	3
<営業マンが頑張っても売れない理由>	3
<重要なのはプル型の営業を取入れること>	3
● 失敗しないB to B 営業力向上方法	4
<B to Bは営業プロセスを構築することが重要>	4
<営業プロセスは継続改善で威力を発揮する>	4
● 法人企業の攻め方	5
<法人営業は組織を攻める>	5
<組織を効率的に攻めるための仕組みを構築>	5
● 受注獲得に必要な3要素	6
<法人企業から効率的に受注するための方法>	6
<受注3要素を効率的に獲得する>	6
● 法人営業の各種営業ツール	7
<営業ツールはそれぞれ機能が異なる>	7
<広義の営業ツール>	7
● WEBサイトの考え方	8
<WEBサイトは見られなければ意味がない>	8
<B to BのWEBサイトは仕組化が必要>	8

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



©一般社団法人営業仕組化研究所



- 最適な打ち手を導き出す方法 9
 - <打ち手をロジカルに考え最適化する> 9
 - <経営レベルから考えることが重要> 9
- MA、SFA、CRMの活用 10
 - <MA、SFA、CRMの違いを理解する> 10
 - <自社の事業に適したものを導入する> 10
- 戦略面から考える 11
 - <事業環境を分析し今後の戦略を考える> 11
 - <事業環境分析の進め方> 11
- 新規開拓の戦略を考える 12
 - <新規開拓は市場軸、商品軸で考える> 12
- 役割分担を決めて取組む 13
 - <組織的に効率的に取組む> 13
- プロジェクトを立て計画的に取組む 14
 - <プロジェクトは計画的に取組む事が必要> 14
- ビジネス書のご紹介 15

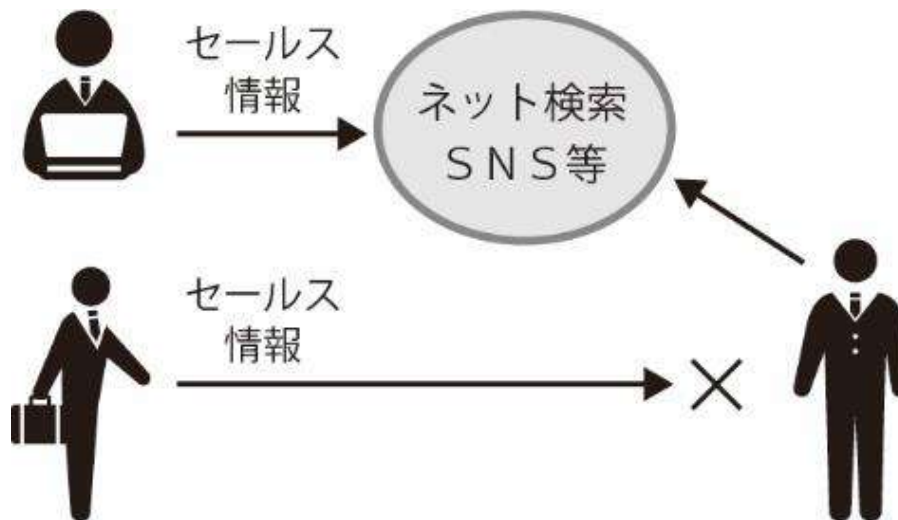


「売込み営業」が会社をダメにする

＜営業マンが頑張っても売れない理由＞

近年は、インターネット環境が発達したため欲しい情報が手軽に入手出来るようになってきました。法人顧客においても同様で、インターネットで様々な情報を入手出来るため、容易に比較検討が出来ます。そのため、従来型の営業方法である、営業マンが訪問しセールス情報を前面に打出すという「売込営業」の効果が下がっています。

良い商品だからといって売れるとは限りません。適切なターゲット顧客に、適切なアプローチ方法で営業をしてこそ、「売れる」という状態を作り出すことが出来るのです。



＜重要なのはプル型の営業を取入れること＞

前述の状況において効果を発揮するのが、「プル型営業」です。これは、まずターゲット顧客に広くアプローチし、興味を持ってもらい、問合せを貰うという方法です。

営業方法には、「プッシュ型営業」と「プル型営業」がありますが、この「プル型営業」を上手く営業プロセスに取り入れていく事が新規顧客を効率的に獲得するためのポイントといえます。

「プル型営業」のメリットは、以下の2点があります。

- ① 高単価を維持できる
- ② 効率的に販売が出来る

売込まない営業は、高く、効率的に販売が出来ます。売込むと顧客に足元を見られ逆の結果になります。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



©一般社団法人営業仕組化研究所

失敗しないBtoB営業力向上方法

<BtoBは営業プロセスを構築することが重要>

前述の通り、BtoBの営業力向上をするには、最適な営業プロセスを設計していく事が重要になります。ここで注意しなければいけない点は、BtoBとBtoCの営業プロセスが全く異なるという事です。

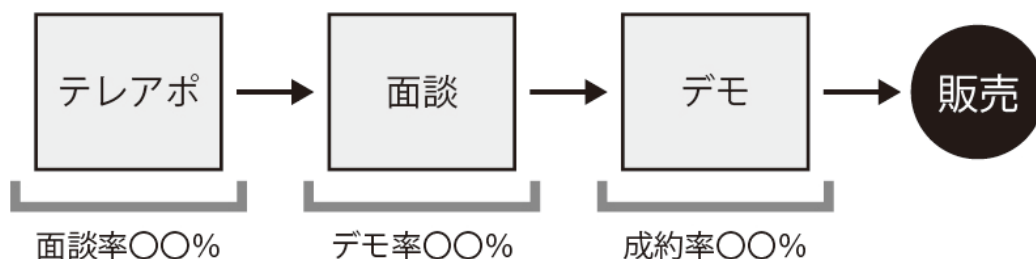
BtoBの営業プロセスは、ステップを登るイメージで進められます。

つまり、BtoCの様に顧客が商品を手にとって衝動買いするのではなく、顧客との接触を積み重ねていき販売に到達するというプロセスが一般的です。



<営業プロセスは継続的改善で威力を発揮する>

営業プロセスは、管理可能な工程に分ける必要があります。そうすることで、販売まででネックとなっている工程（要因）を把握分析し改善することが可能になります。



お問い合わせ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



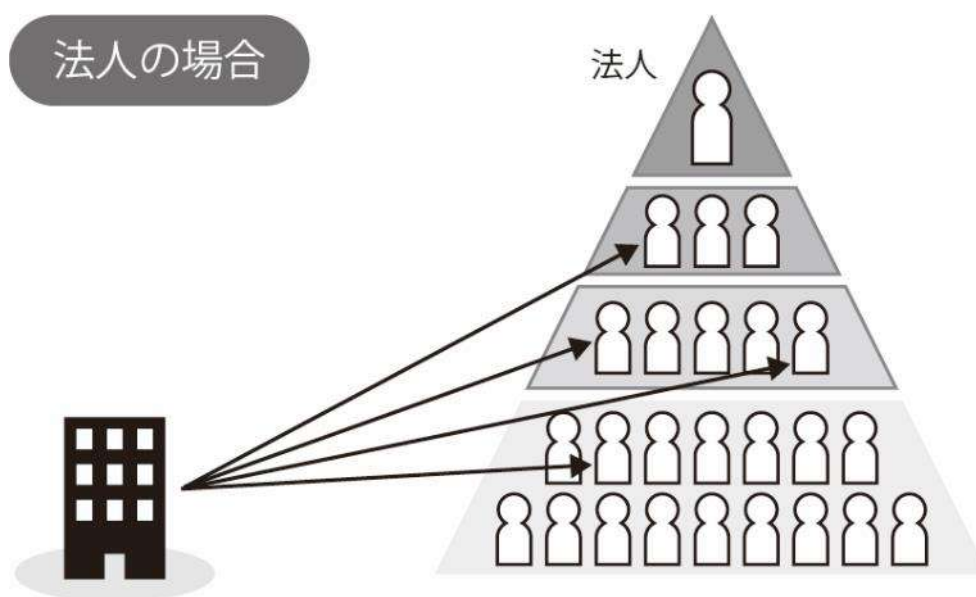
©一般社団法人営業仕組化研究所

法人企業の攻め方

<法人営業は組織を攻める>

法人企業に営業を掛ける際に注意しておかなければいけない点は、役員、技術、購買、等キーマンが複数存在する事です。

営業プロセスにおいて、同時若しくは順番にこれらのキーマンにアプローチしていく仕組みを構築することが必要となります。



<組織を効率的に攻めるための仕組みを構築>

WEB、営業ツール、展示会、等の全ての戦術においてこれら複数キーマンに向けたPRを認識した営業方法を検討していく事が重要です。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>

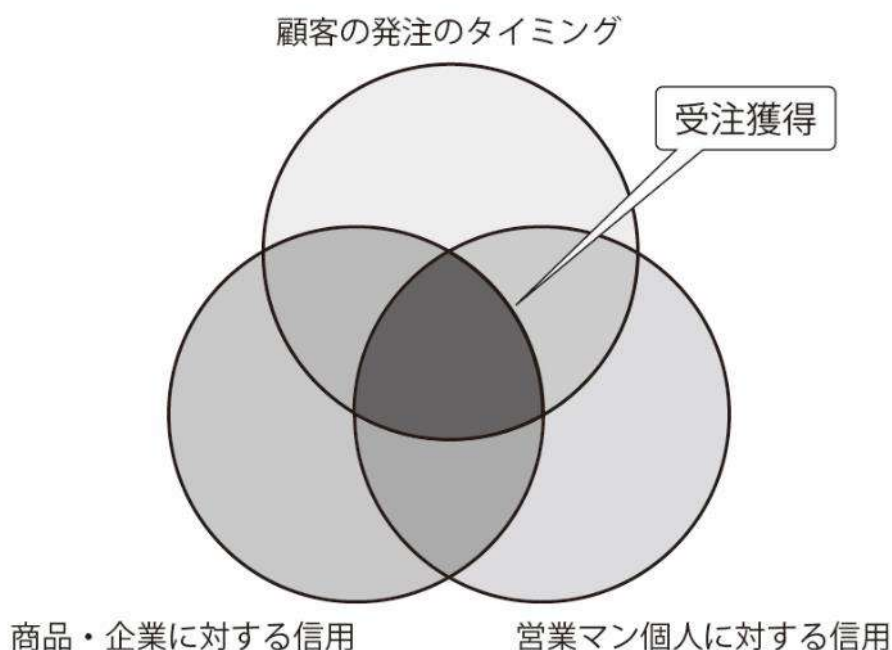


©一般社団法人営業仕組化研究所

受注獲得に必要な 3 要素

<法人企業から効率的に受注するための条件>

法人企業の場合、組織体であるため衝動買いはしません。また、慎重に購入検討がされます。その為、「顧客の発注のタイミング」、「商品・企業に対する信用」、「営業マン個人に対する信用」という3つが重ならないと受注を得ることが出来ません。



<受注 3 要素を効率的に満たすための方法>

ターゲット顧客に対し上記 3 要素を満たすため、営業マンが個々に対応するのでは効率が悪くなります。これらを効果的に管理していくための仕組を構築していく事が重要になります。



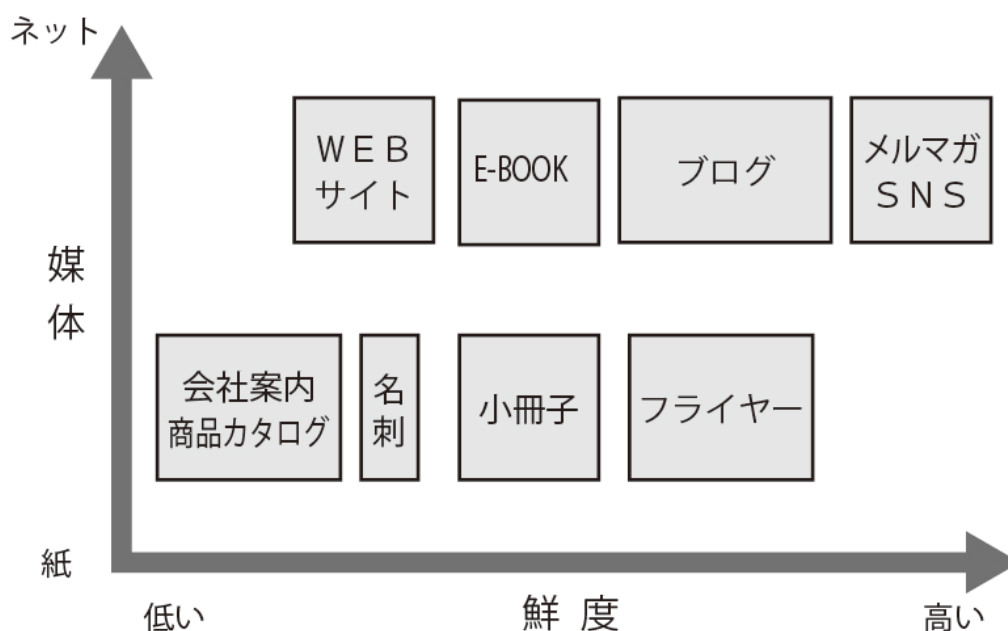
法人営業の各種営業ツール

<営業ツールはそれぞれ機能が異なる>

前述のように法人営業を仕組化させていくための手段として以下の様な営業ツールを上手く活用していく事が重要です。

営業ツールはそれぞれ鮮度があります。メルマガの様に旬な情報を発信するものから、会社案内の様に経営理念やポリシーを固定情報としてしっかりと伝えるものまであります。

それぞれの役割をおさえてトータル活用していく事が重要になります。



<広義の営業ツールも活用>

狭義では営業ツールではありませんが、展示会、テレアポ、DM 等も B to B の営業手段として有効です。これらも営業ツールとして捉え、自社独自の勝ちパターンを追求していく事が重要です。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



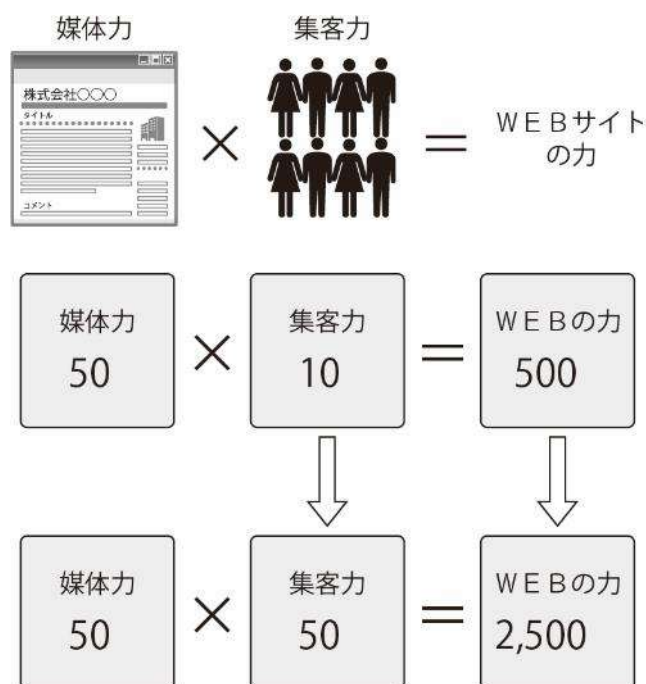
©一般社団法人営業仕組化研究所

WEBサイトの考え方

<WEBサイトは見てもらえないと意味がない>

WEBサイトは最強の営業ツールに成り得る事は間違いありません。但し、WEBサイトのパワーを分解すると以下の様に、「媒体力」と「集客力」に分けられます。

WEBサイトを作成リニューアルする際に、媒体のみに注力してしまうと営業力の強化に繋がらない結果となってしまいます。



<B to BのWEBサイトは仕組化が必要>

B to BのWEBサイトでは、B to Cの様にWEBサイト上で商品の販売まで完結というわけにはいかない事が一般的です。

B to BのWEBサイトでは、営業プロセス全体におけるWEBサイトの位置づけを設計し、ターゲット顧客に対して最も効果的なPRが実現できるよう仕組化を実施していきます。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>

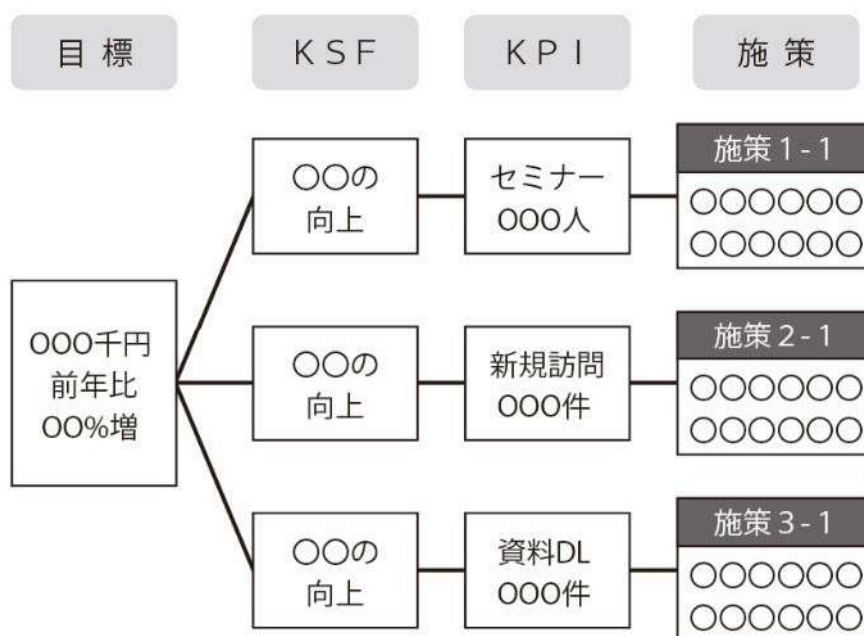


©一般社団法人営業仕組化研究所

最適な打ち手を導き出す方法

<打ち手をロジカルに考え最適化する>

法人営業の仕組化を進める際に、会社全体からみて最適な目標設定及び施策実行をすることが重要です。その為には、経営レベルで目標を設定し、それを実現するための KSF、具体的な施策、管理指標としての KPI を検討する必要があります。



<経営レベルから考えることが重要>

重要な点は、現場の施策から積み上げて考えてしまうと全社最適のプランにならないため、必ず経営レベルから考え、現場レベルの意見を踏まえ調整していく事が重要です。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



©一般社団法人営業仕組化研究所

MA、SFA、CRMの活用

<MA、SFA、CRMの違いを理解する>

MA（Marketing Automation）、SFA（Sales Force Automation）、CRM（Customer Relationship Management）、はそれぞれ営業力向上に役立つシステムです。

どの営業プロセスを強化するかで選択すべきものがかわってきます。また、各社システムにメリット、デメリットがあります。



<自社の事業に適したものを導入する>

MA、SFA、CRMは、自社の経営実態に適したものを選定する必要があります。

企業規模や業種によっては、支援システムを導入しても効果がない、または効果が見込まれないということも多いため、販売戦略から必要性を検討するべきです。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>

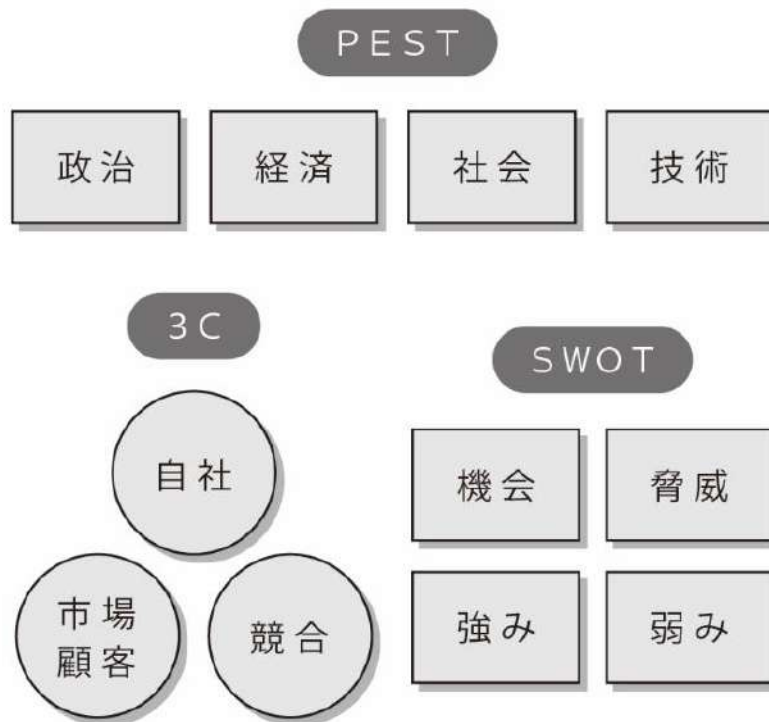


©一般社団法人営業仕組化研究所

⚙️ 戦略面から考える

＜事業環境を分析し今後の戦略を考える＞

自社の現状を把握しておくことが有効です。通常は、「PEST分析」「3C分析」「SWOT分析」などのフレームを使って、事業環境を分析します。



＜事業環境分析の進め方＞

事業環境の分析は、メンバーを複数人選び、「進行役」と「資料作成役」を任命し、会議室などでプロジェクトに投影しながら資料にまとめていく方法がよいでしょう。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>

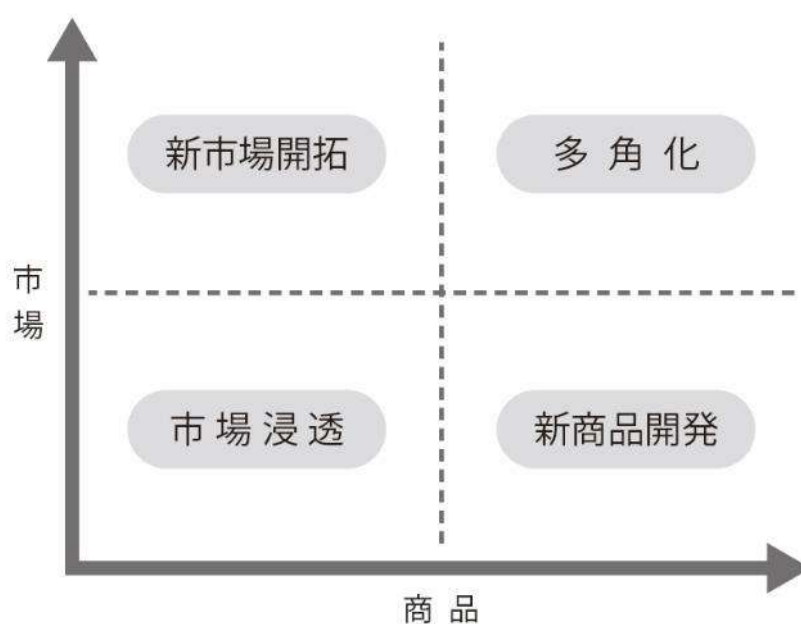


©一般社団法人営業仕組化研究所

新規取引開拓の戦略を考える

<新規取引開拓は市場軸、商品軸で考える>

新規取引を開拓する際の類型は、4つに分類することができます。これは、「アンゾフのマトリックス」と呼ばれ、基本的に「①市場浸透」「②新市場開拓」「③新商品開発」「④多角化」の4つで構成されます。



<新規取引開拓の位置づけを把握する>

4つの分類のいずれに該当するかで、販売戦略や販売戦術が異なってくるため、新規取引開拓の位置づけを把握しておく必要があります。

当然、法人営業のしくみ化を実施する際にも重要なポイントになります。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>

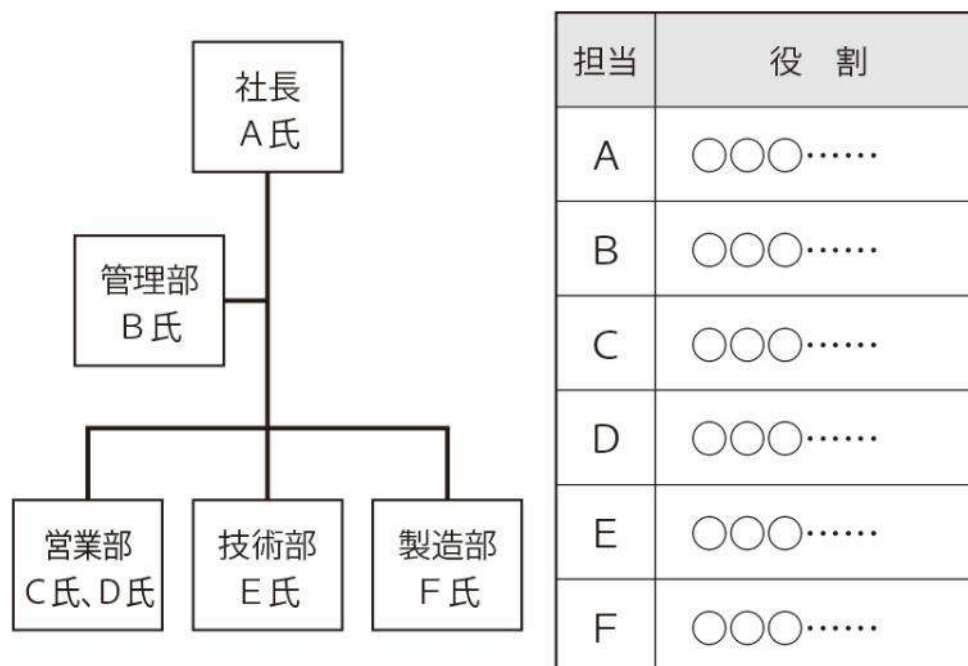


©一般社団法人営業仕組化研究所

🔧 役割分担を決めて取組む

<プロジェクト体制の構築>

具体的に法人営業の「しくみ」化を進めるためには、企業内でプロジェクトを中心になって進める「推進者」を決めます。また、部署ごとの担当者や役割を決めます。



<全社的に取組む事が重要>

全社的に取組む事で社内の理解や協力体制や得られやすい環境を構築していく必要があります。その為にはプロジェクト内容を社内向けに浸透させるためのアクションも重要になってきます。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



©一般社団法人営業仕組化研究所

プロジェクトを立て計画的に取り組む

<プロジェクトは計画的に取り組む事が重要>

プロジェクト体制が決まったら、準備期間やテスト期間、実施期間などのスケジュールを決めていきます。その際、誰が、何を、いつまでに実行するかを決める必要があります。

役割	担当	1	2	3	4
〇〇〇……	A、B	→			
〇〇〇……	A、C	→	→		
〇〇〇……	C、D		→	→	
〇〇〇……	C、D	→	→	→	
〇〇〇……	E、F			→	→
〇〇〇……	E	→	→	→	

<プロジェクトは管理が必要>

プロジェクトの推進していく場合、多少の遅れや課題が必ず発生します。これらを適切に把握し軌道修正していくための管理体制を構築しておく必要があります。

お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



©一般社団法人営業仕組化研究所

ビジネス書のご紹介

図解でわかる法人営業の「しくみ」化

2018年4月15日 初版発行

著者 西川 智哉 山根 孝一

発行所 株式会社アニモ出版

今後B to Bの企業が法人営業を強化していくために必要なことを、できるだけシンプルに解説しています。

AMAZON、全国の書店で購入可能です。



お問合せ

03-5859-0606

営業仕組化研究所

検索

<https://sales-automation.tokyo>



©一般社団法人営業仕組化研究所