

【無料レポート】 「良い営業研修」と「悪い営業研修」を 分ける考え方

本レポートの概要

- このたびは資料ダウンロードをいただき誠にありがとうございました。
- 本レポートは営業研修のプランニングにあたって、よく聞く考え方に対してお悩みに答える形でヒントや視点を表現させていただきました。
- 営業機能は企業の中で重要な役割を担います。
- 企業の重要指標は利益です。利益の出せない会社は生きて行けません。
- 営業力の強い企業は、環境変化が起きても利益をつくり勝ち抜くことが出来ます。逆に、営業力の弱い企業は、利益以前に売上が枯渇して存続が危ぶまれます。
- 一方で、営業のあり方の問い直しが求められている時代です。企業の未来が最終的に人の力で左右されると考えるのであれば、営業研修のあり方も問い直さなければならないタイミングではないでしょうか。
- デジタル化が進むと多くの情報が発信されます。どんな考え方で、どんな取り組みをしたらよいか？確たる答えが見つからずに迷っている企業が多いと思います。
- 限られた紙面ではありますが、本資料が少しでも皆様の参考になれば幸いです。

株式会社AWコンサルティング
代表取締役 渡邊 篤史

■ Case.1 新しいこと、最先端のことをやればよい

➤ 【失敗する考え】

- 企画しようとしているプランは、**本当に貴社に合った内容**ですか？
- せっかくの良い研修も**当事者のニーズ**と合っていないければ能力発揮には生かされません。
- 営業研修は地に足の着いたコンテンツを実施しなければ、**お金と時間が無駄**になってしまいます。**経営と現場**の両方の目線からリアルに問題が解ける内容でなければ効果が出ないでしょう。

➤ 【成功する考え】

- 営業研修のコンテンツは、**貴社の目的とゴールを達成するために設計**しましょう。なぜなら、営業研修は業績目標を達成するために実施するものだからです。
- 会社が目指す方向性を達成するための**道筋や方法論がクリアになる内容**でなければ「良い話を聞いた」という感想で終わってしまいます。
- 理論や情報など、**新しいこと・最先端の内容を取り入れるのはむしろ当たり前**。ベーシックな理論の中には、ここ1~2年で解釈を変えなければ通用しなくなったものもあります。最先端の情報は、依頼される講師側が「普通に」アップデートしておくべきです。

■ Case.2 研修はヒントや刺激になればいい

➤ 【失敗する考え】

- この考え方はこれまでもよく聞かれた考え方です。そして、意思決定の基準は「タイトルが気に入って決めた！」「旬のテーマだから」という理由が多かった印象です。
- しかし、デジタル化が進んで良いコンテンツが安価で手に入るようになりましたし、場合によっては無料で知識習得できる時代になりました。
- 非接触型のセールス・コミュニケーションで成果を出す工夫が求められている今日、営業パーソン個人任せの学びでは成果が限定的です。

➤ 【成功する考え】

- 会社として実施する研修会であれば、一過性の取り組みで終わることなく生産性につながる施策として企画と実施を行いたいものです。
- そのためには営業戦略やプロセス定義、情報管理や営業ツールなどと併せて組織的な環境整備とセットで企画することです。
- **「ウチは既に取り組みができています」も要注意**です。会社の意図が現場にとって分かりにくい表現になっているために驚くほど理解されていないケースがあるからです。

■ Case.3 質の良いEラーニングを受ければ効果が出る

➤ 【失敗する考え】

- Eラーニングのメリットは、場所や時間を選ばない学習機会の提供、ローコストで安定的、学習履歴管理ができるなど多くのメリットがあります。学習の有効な選択肢の一つとしてうまく活用したいものです。
- しかし、**学習ペースが個人任せ**になるので受講モチベーションや学びの深さにバラツキが生じやすいものです。
- 熱心な人は会社から与えなくても自分で学ぶものです。ただし、この場合、極論すればEラーニングではなく書籍でよい場合もあります。

➤ 【成功する考え】

- Eラーニングを活用するにあたっては貴社の営業研修が、**どのレベルで効果を出すことが最善なのか**をよく考えた導入が重要です。
- そのためには学習領域やゴールについて明示される必要があります。
- また、事前・事後策のデザインや職場でフォローが働く状況を整えることも重要です。

■ Case.4 「すごい先生」に頼めば効果が出る

➤ 【失敗する考え】

- 人気の高い有名コンサルタントや講師自身も営業パーソンとして伝説を残した、いわゆる「すごい先生」は経験が豊富で話も上手です。オーラもあって影響力も抜群ですから依頼した甲斐のあるパフォーマンスをしてくれるでしょう。
- でも、**選ぶのに苦労しませんか？** 相談したのに失礼や迷惑になってもいけないからと**神経も使います**。
- また、「すごい先生」はたしかにスゴイ人ですが神様ではありません。**妄信的**に依頼されても、フィットしたお手伝いはできないでしょう。

➤ 【成功する考え】

- **上手な頼み方や相談の仕方**を工夫したいところです。講師側もうまく活用してもらえると、よいパフォーマンスが出せるものです。
- そのためには、依頼する側が**自社の問題を正しく把握**することです。
- 最初から問題をすべて理解する必要はありません。打ち合わせなどを通じて**課題や役割分担の仕方**をしっかりと共有する必要があります。

■ Case.5 優秀な営業パーソンのコピーをつくる

➤ 【失敗する考え】

- トップセールスの考え方やスキルをコピー＆ペーストできたら効率的で高品質な学習ができそうです。しかし、そうならないのが**人間の難しさ**です。
- そもそも、仕事のテッパンである理論やフレームワークとは過去の英知を結晶化したものですから、この理想追求は**これまでも繰り返されてきた**といってもよいでしょう。
- **人間と向き合う視点**が抜けると、せっかくの良い取り組みも残念な結果に終わってしまいます。

➤ 【成功する考え】

- 人には個性があります。
- トップセールスの人たちも個々人で**人間性が違います**。
- これからトップセールスになってもらいたい人達にも、**個性とテッパンの両面で自己ノウハウを高めるチャンス**を提供したいものです。

■ Case.6 営業パーソンひとりひとり（個人）を変えればよい

➤ 【失敗する考え】

- 「営業研修を受けてどれくらい効果が出たのか？」
- その問いの答えは「**変わるケースもあれば、変わらないケースもある**」となります。
- この手の理論で有名なパレートの法則を引用すると、2割の人は個人の学びで変わってくれるでしょう。しかし、残り8割は違います。

➤ 【成功する考え】

- 研修効果は個人単位で考えるのではなく、**職場や組織のクリティカルマス【臨界質量】**でとらえることです。
- クリティカルマスとは、商品やサービスの普及率が一気に**跳ね上がる分岐点**を指す言葉です。
- **クリティカルマスに達する方策**を導入しましょう。

■ Case.7 先進的な企業事例に学ぶ

➤ 【失敗する考え】

- 他社事例はヒントになったとしても答えにはならないものです。
- 自社固有の状況に置き換えて消化しないと活用できる状態にはなりません。
- 「業界標準」「同業他社」の事例も要注意です。ライバル会社と同じ取り組みをしたら、ライバルと同質化するだけで差は付きません。

➤ 【成功する考え】

- 他社事例は参考情報です。
- よい判断をする材料として、特に先進的な事例を直接聞く機会は貴重なチャンスと言えるでしょう。
- 自社の軸を持つことが何より重要です。軸に照らして合うものは取り入れ、合わないものは取り入れないという視点が他社事例を活かすポイントです。
- 問題定義がしっかりできていれば、ヒントから着想を得て、解決策を見出すことができます。競争優位は自社の独自性から生まれるものです。

■【考え⑧】 営業はデジタル化の中で役割が無くなっていく？

➤【失敗する考え】

- **「デジタル化によって営業が要らなくなる？」**という主張が聞かれるようになってきました。
- デジタル化はこれまで多くの営業パーソンが追われてきた繁忙な業務処理などをロボットやAIに置き換えて効率化してくれることでしょう。
- しかし、デジタル化による**効果の本質はその先に**あります。

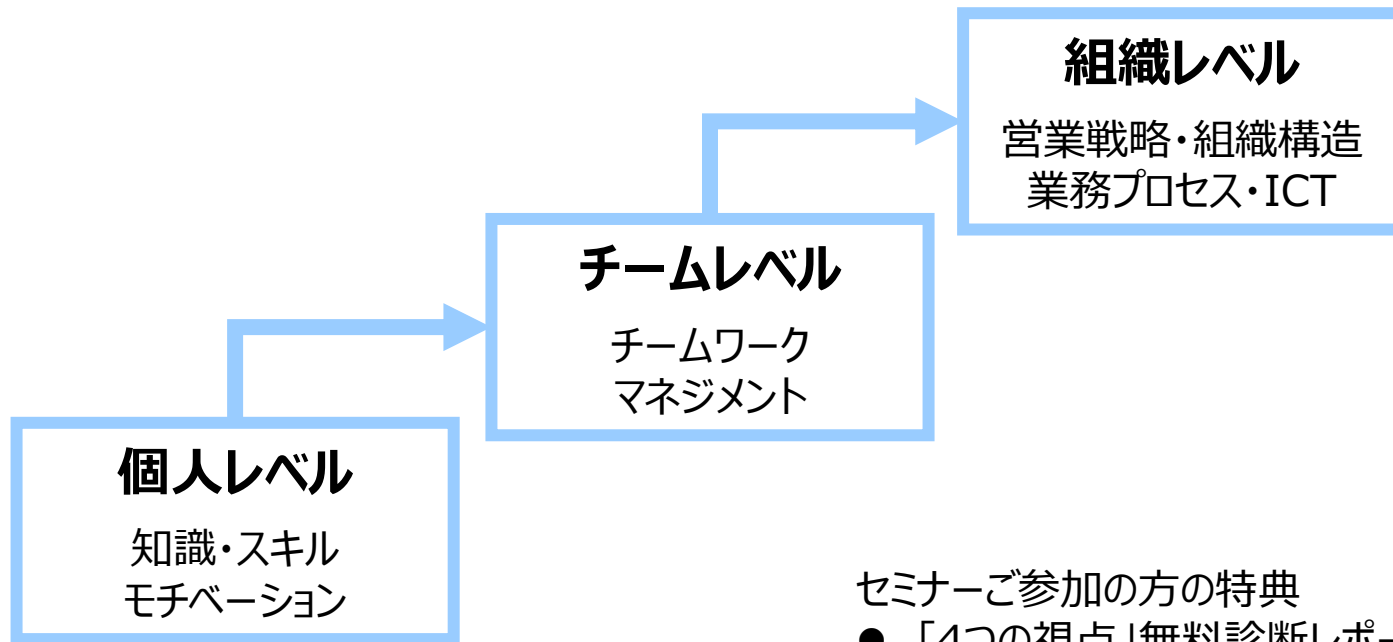
➤【成功する考え】

- 「何をオーダーしたらよいか分からない」「どんな未来に向かって取り組むか？」
- 顧客自身にもまだ答えがない問いに対して一緒になって答えを見つける機能は**本来、営業が期待されてきた役割**です。
- デジタル社会では、むしろ**営業の本質的な力**が問われます。

営業研修をどのレベルで考えますか？

■ 貴社の目的を果たすためにどのレベルの取り組みが必要なのか整理しましょう。

- 重要なのは「自社の営業を強くするツボ」の見極め！
 - 問題解決の成功要因の50%は「正しい問題定義」にかかっています。
 - 問題が見えたら対策の正確性もあがり、実施効果をあげやすくなります。
 - 「4つの視点」でチェックすると貴社にとって最適なプランニングが見えてきます。



- セミナーご参加の方の特典
- 「4つの視点」無料診断レポート
 - 個別相談サービス【受講後1か月以内】

うちの会社の場合はどうしたらよいのか？ということを確認にしたい方は下記のセミナー・相談をお役立てください。

法人営業力強化のための「効果を出す 営業研修プランニング・セミナー」

成果につながる営業研修企画の極意ともいえるポイントを2時間でお伝えする少人数限定講座です。

日本で唯一、営業研修の企画担当者に必要なことに特化した内容となっています。

その他、少人数の講座ですので、参加者のニーズに応じて最適な内容をお伝えします。

課題に対処するための視点や事例を御紹介します。また、当方からの言いつ放しではなく、貴社の課題解決に活用いただけるフォローも付いております。

是非、ご参加ください。

【形式】 オンラインセミナー
【参加料金】 5,000円(税別)

個別相談室

代表コンサルタントの渡邊に直接相談ができるサービスです。

- ・個別の悩みを相談したい方
- ・ある程度の方向性が決まっていて具体的な自社の悩みを相談したい方
- ・話を聞くばかりではなく、自分もしゃべった方がアイデアがまとまりやすいタイプの方
- ・これまでも取り組んできた実績があるが、取り組み方の見直しをしたい方

このような方は個別相談室の利用を推奨します。個別相談では、貴社の現状や課題をヒアリングさせて頂いた上で、解決の道筋を提案させていただきます。

【形式】 直接訪問 or オンライン ※どちらも対応可
【参加料金】 5,000円(税別)

お申込みはこちらから!! <https://aw-con.com/workshop/>