

はじめに ある起業家の営業人生と法人開拓営業の実際 1

第一章 営業ってひとつの種類しかないんだっけ? 11

〜法人営業部新規開拓課? 個人営業部サービス営業課?〜

1-1 あるベンチャー企業が、経験豊富な元大手商社の営業部長をスカウト。これでも営業部門は安泰のはずが…… 12

1-2 営業って、全部同じじゃないんだ。そのままでは活かせない営業経験もある 16

1-3 個人向けの新規営業 25

会う人がほとんど買うのは何故?

【エピソード1】「げっ男だったのー」ゲイの人に同伴喫茶で営業

【エピソード2】「手のひらからこぼれた焼きそばー」一文なしで、ソープランドに面接に

1-4 法人向け既存営業 48

お客さんに娘を(嫁に)ごっこといわれる関係って、ごっこでできた

【エピソード3】「光ったー」サラダ油でタイルを磨き顧客の信用を勝ち取った

1-5 法人向け新規開拓営業 64

多くの優秀な営業パーソンのなかでどうやって差別化するのか?

1-6 法人向けソリューション営業 72

商品を売るのではない。お客さんの課題を解決し満足を得る営業とは?

1-7 超ビッグユーザーのT社。 87

お客さんの要望にどう応えるか

【エピソード4】「俺は何も知らなかったー」朝まで飲みながら考えたメンバーのこと 94

第二章 営業を科学するって。それはもっと人を活かすこと 101

〜営業を分業する〜

2-1 ニューヨークで見た営業の分業化 102

2-2 法人開拓営業のプロセス 113

2-3 新規営業と既存営業の違い 121

2-4 VQ理論 123

2-5 KNS(キーンナンバー・フォー・アクセス) 125

第三章 営業の分業化と標準化の実際 131

3-1 まずは会うところまで アポイント獲得 133

営業の科学

根性主義ではない、
普通の人間がやれる必勝の法則

3 2	初回訪問の1時間をシナリオ化する	148
3 3	プロセスを数値で管理する	163

第四章 三年間で四〇〇社の新規獲得 (エムエム総研における事例)

4 1	起死回生の新規事業	169
4 2	売値も商品内容も売りながら考える	176

第五章 導入事例

5 1	アポイント獲得までをアウトソーシング化…E社のケース	183
5 2	全国キャラバンで大成功を収めた…B社のケース	191
5 3	アウトソーシングが古い社内体制をも変革する…A社のケース	200
5 4	解決すべき諸ステージ	208

おわりに	出版を終えて、これから	219
------	-------------	-----