

スタートはお客様に商品の価値(メリット)を認識させること!



お客様が見えていますか?

セールスの現場でのお客様の反対や抵抗は営業マンにとって最も怖いものです。多くの営業マンはその恐怖を避けて通ろうとするため、商談が強引になったり、価格交渉だけに陥ってしまい、お客様の本当の問題(ニーズ)を聞き出すことができません。

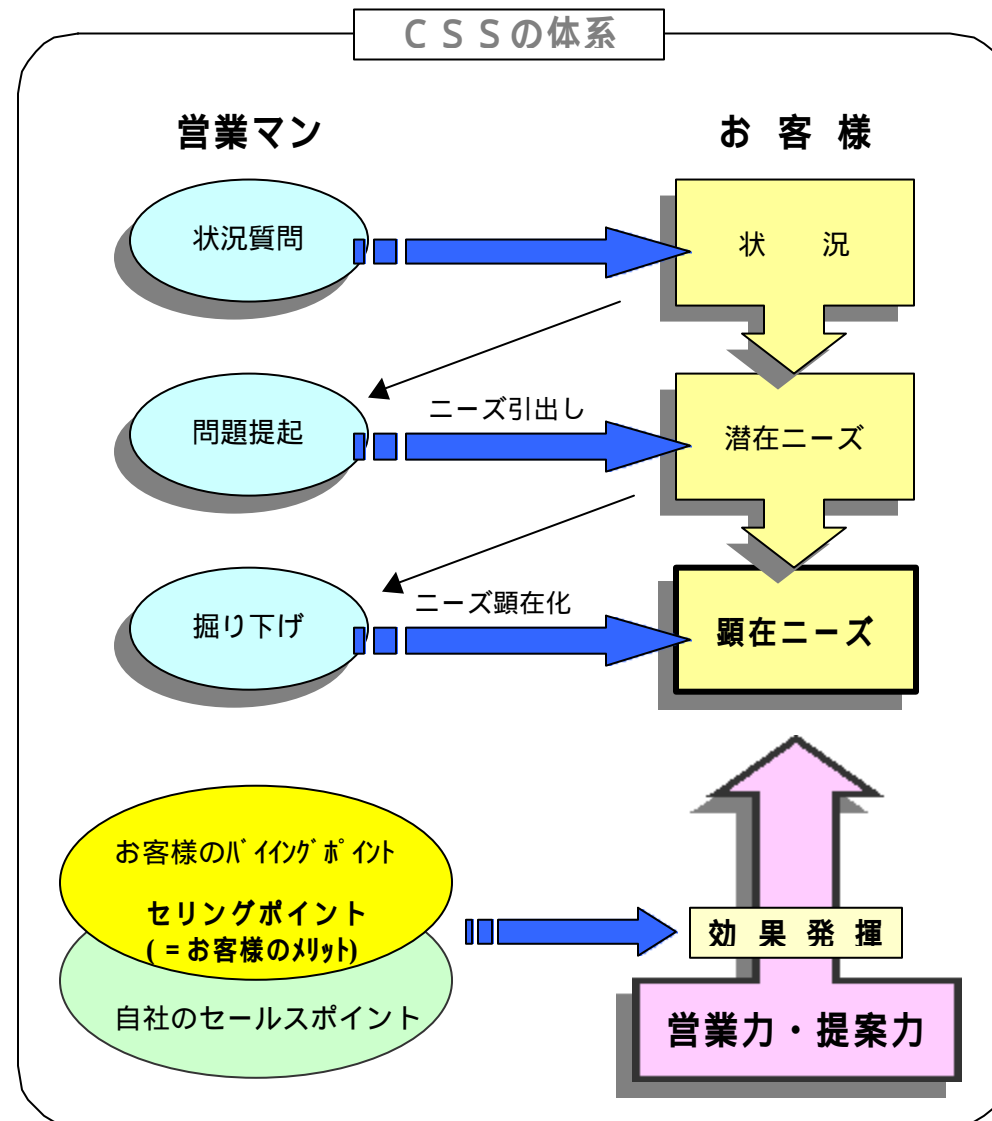
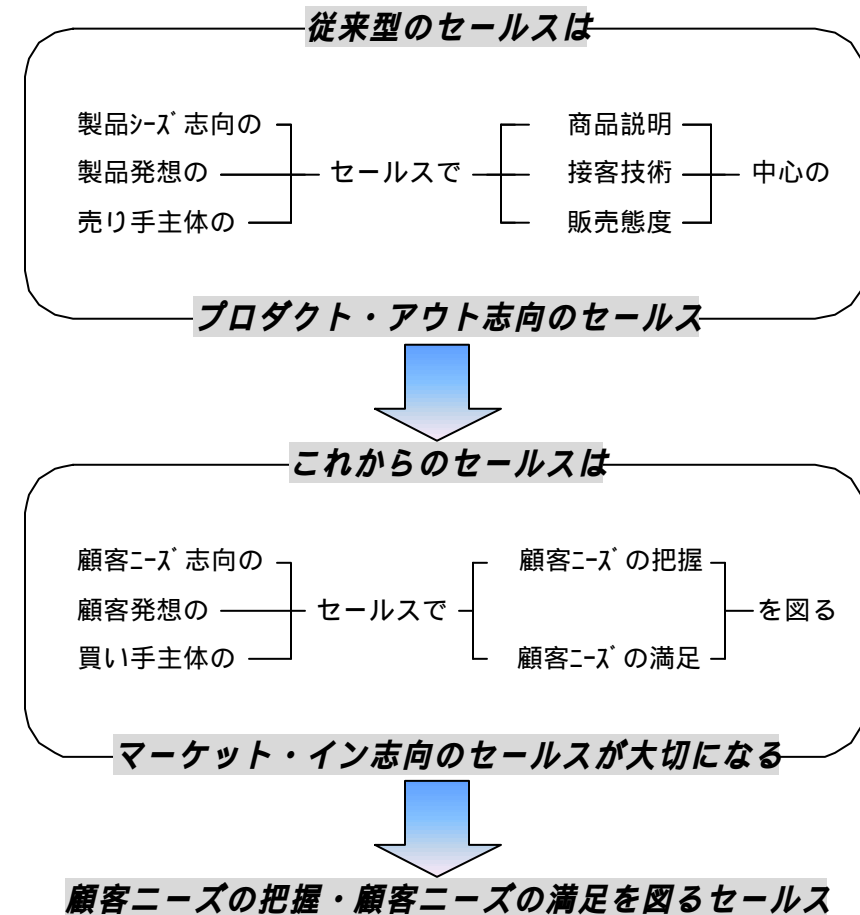
具体的には次のような現象が見られます

かなりの得意先を訪問しているが、なかなか実績に結びつかない。お客様の心を揺り動かすような説得力のあるプレゼンテーションができない。
 競合他社とセールスの上で差別化できない。
 新規開拓をしたいが開拓のノウハウがないためいつも尻切れになる。
 重点顧客への取り組み強化が課題だがお客様のニーズがつかめない。
 営業マンそれぞれが自分流のセールス方法で、会社としてのセールスノウハウが確立されない。
 研修を受けても実際の現場とは勝手が違うので実践で役に立たない。

顧客ニーズ対応の提案型営業は、顧客が選択肢を豊富に持つ成熟化社会における最も有効なセールス手法の一つです。

但し、その提案内容の**価値(メリット)をお客様が認識している状況**下で初めて意味を持ちます。

即ち、営業マンの最初の役割は『**お客様に価値を認識させる**』ことにあります。



* CSS(コンサルティング・セールス)とは、営業マンがお客様との商談を質問スキルによってコントロールし、お客様に自社のサービスの価値を認識させ、自社のセールスポイントとお客様のバイング・ポイントの接点であるセリングポイント(=お客様のメリット)によるクロージングへと導くセールス・スキルです。

CSSプログラムの特徴

すぐに使える

営業マンが実際の営業現場で直面する課題を想定してプログラムが構成されていますので、受講後すぐに活用できます。

セルフチェックできる

CSSは行動科学に基づいた理論体系ですので、現在の営業スタイルはもちろんのこと、今後迷った時にもセルフチェックできます。

ゴールが見える

商談をスタートする前にまずゴール(目標)を設定して行ないますので、目標意識を確立することによりセールス活動の効率化も図ります。

トップセールスマンのセールススキルが共有できる

CSS研修終了後に、受講者が作成したCSSストーリー表(下図)をまとめ、索引(商品・内容・金額等)をつけて、トークマニュアルを作成し配布します。

トップセールスマンの営業スタイルの共有化(組織財産化)
 職場への研修内容の周知(上司及び周囲の理解と協力を得る)

項目	内容	目的
1. 状況質問	お客様の状況を把握し、ニーズを引き出す。	お客様の状況を把握し、ニーズを引き出す。
2. 問題提起	お客様の現状の問題点を指摘し、解決策を提示する。	お客様の現状の問題点を指摘し、解決策を提示する。
3. 掘り下げ	お客様のニーズを掘り下げ、具体的なニーズを把握する。	お客様のニーズを掘り下げ、具体的なニーズを把握する。
4. セリングポイント	お客様のニーズに合わせたセリングポイントを提示する。	お客様のニーズに合わせたセリングポイントを提示する。
5. クロージング	お客様のニーズを満たすための提案を提示し、クロージングを行う。	お客様のニーズを満たすための提案を提示し、クロージングを行う。