

① 売上アップに関する相談に適切に答えていますか



▼営業プロセスの基本を押さえて最善の対策をアドバイスしよう



業経営者には、様々な悩みがあります。図表1は、中

小企業が経営基盤強化に向けて注力する分野について過去3年間の

傾向を示したグラフです。2位の

「人材の確保・育成」に大差をつけて、「営業・販売力の強化」が

1位になっています。約75%の経

営者が営業・販売力の強化、その結果である売上アップに対して、

危機感を抱いているのです。

こうした背景には、営業に関す

る問題は、営業現場がお客様先となり経営者の目が届きにくい

え、相手の事情や要求次第で状況

がすぐ変わり、その対応は営業担当者任せになりがちということが

あります。

製造に関する問題であれば、工場内を巡回して、作業者の動きや

機械の稼働具合、各工程の不良発

生率などを見ることで予想がつ

き、それを糸口に解決していけばよいでしょう。

しかし、営業については経営者

にとつてどういう問題が起こっているのか把握しづらいため、営業・販売力の強化や売上アップに

頭を悩ませ、その分、力を入れざるを得ないのだと想定できます。

「経営者は孤独である」といわれ

ますが、これは悩みを相談できる

相手が身近にいないということ

表しています。金融機関の担当者

としては、経営者の相談相手にな

って最適なアドバイスができれば、経営者から継続的にいち早く

相談を受けるようになります。

しかし、実情は経営者から相談があったときに、自行車庫が開催す

る商談会やセミナーの紹介、有利

な設備資金融資の紹介にとどまる

ことが少なくありません。このよ

うな安易な対応では成果が出ない

こともあり、また成果が出ても一時的であることが少なくありませ

ん。こうした対応では、取引先との長期的な関係は望めません。

法人の購入過程と

営業プロセスを知ろう

経営者は、売上アップに向けて

動き出すとマインドが前向きになり、成果が出ればそれだけお金が

かかる新規雇用や設備投資などに

GOサインを出しやすくなります。金融機関の担当者としては、

通り一遍の対策ではなく、売上ア

ップとなる最善の対策をアドバイスすることが取引獲得につながり

やすくなるのです。

経営者からの売上アップに関する

相談に応えるには、「営業プロ

セス」を理解しておくことが重要

です。この営業プロセスを考える

前に、そもそも設備や資材等を購

入する企業が、どのように購入を

決定しているのか考えていきまし

よう。

通常、企業が設備や資材等を購

入する場合、経営者の一存で購入

することは少なく、設備を動かし

て製造する工場責任者や、その製

品を売る営業責任者、資金手当て

や採算性を検討する経理責任者な

ど、複数の部門の責任者が購買決

定に関与します。つまり、購入企

業はリサーチや合議を踏まえて設

備等の購入を決めていくため、注

文決定が出るまでには一定程度時

間がかかることとなります。

この点を踏まえて販売企業によ

る法人向け営業活動を考えてみる

と、一般的に図表2のような営業

プロセスに沿って商談が進み、受

注、売上に至ることになります。

①訪問・情報提供については、