



法人営業のノウハウ・テクニックを提供する
営業ポータルパーソナル

営業のアドバイス

eigyouda.com

(法人会員用)

営業のアドバイスとは

様々な会社で蓄積した法人営業のノウハウやテクニックでアドバイスを提供。
会社や上司、自分の経験中心の営業に、新たなノウハウやテクニックを加えて営業力アップを支援します。

営業のノウハウ・テクニック・ケーススタディ

- ✓ 営業のプロセス、進め方
- ✓ 顧客課題・提案内容想定
- ✓ 商品説明
- ✓ ヒアリング・ニーズ発掘
- ✓ プレゼンテーション・提案書
- ✓ 顧客攻略・クローージング
- ✓ 新規開拓・アプローチ
- ✓ 代理店営業
- ✓ コミュニケーション
- ✓ 顧客との関係
- ✓ 顧客の知識・情報
- ✓ 営業戦略・戦術・計画
- ✓ マネジメント
- ✓ 教育・指導
- ✓



様々なノウハウを吸収して営業力UP

様々な会社で蓄積したノウハウ・テクニック
自分や上司の経験に加えて営業力UP

営業には様々なノウハウやテクニックがあります。
自分の経験、上司の経験に様々な会社の営業ノウハウ・テクニックを
加え営業力と売上の向上を支援します。

継続的なノウハウ・テクニック習得

毎月のアドバイスメール
営業ノウハウを直接お届けします

様々なノウハウやテクニックをメールで直接お届けします。
毎月、様々な営業ノウハウやテクニックをお届けすることで
継続的に新しい営業ノウハウの習得を支援します。

日々の実践を促進

実践をイメージできるケーススタディ
新たなノウハウの活用・実践を促進します

営業は理論や手法だけでは実践できない・・・
事例やケーススタディにより実践をイメージできるわかりやすい
アドバイスを提供します。

マネジメント、指導力UP

営業会議や教育・指導のアドバイス
ケーススタディで会議や指導を促進します

自分の考えや経験で指導しても理解してくれない・・・
営業会議や教育・指導方法のアドバイスをケーススタディで提供し、
部下が理解し、改善できる指導を支援します。

法人会員

- ※ 法人会員は、10名単位のお申込みになります。
- ※ 法人会員でのご契約は、1年ごとの更新制です。

2週間トライアル	無料 (3ユーザーまで)	
法人会員	ユーザー (利用者) 数	ユーザー単価 (年間利用料)
	50名まで	6,000円/1ユーザー (参考: 月額500円/1ユーザー)
	51名~100名	5,400円/1ユーザー (参考: 月額450円/1ユーザー)
	101名~150名	4,800円/1ユーザー (参考: 月額400円/1ユーザー)
	151名~200名	4,200円/1ユーザー (参考: 月額350円/1ユーザー)
	201名~300名	3,900円/1ユーザー (参考: 月額325円/1ユーザー)
	301名以上	3,600円/1ユーザー (参考: 月額300円/1ユーザー)



営業のアドバイス

様々な営業のノウハウやテクニックのケーススタディ

- ✓ 顧客課題を考える方法…顧客の課題は市場環境や戦略、経営課題から考える
- ✓ 強みのアピールは課題を理解させることから始める
- ✓ 予算を聞き出す…聞き出しにくい情報は仮説をぶつける
- ✓ トラブルの対応方法①…感情の共有が対立関係を解消し受け入れてもらえる状況を作る
- ✓ 対策や戦略は1枚の紙に情報を書き出すことから始める
- ✓ 否定的・苦手な顧客への対応…売る側と買う側の関係を解消し営業しやすい関係を
- ✓ ……

「限定質問で顧客の情報を聞き出す」

限定質問の「ですね」が会話を雑談にする

ある日、Cさんは飲食チェーンの会社に訪問しました。
面談相手は、採用担当のBさんです。

Cさん

「最近、御社では郊外のロードサイド店を増やしているみたいですね。うちの近くにも御社の店舗が出店していましたよ」

採用担当Bさん

「そうなんです、うちは都心の駅近くの店舗が多かったんですが一昨年から郊外の出店を増やしているんですよ」

Cさん

「そうなんですか、一昨年からですか。私ははっきりコロナ禍で都心の駅近くの店舗が厳しいから郊外に増やしているのかと思っていました」
「……………」

営業活動前のアドバイス

営業前にノウハウ・テクニックを収集しレベルアップした営業活動

営業前の検索



- ✓ ヒアリングのテクニック
- ✓ プレゼンテーションのテクニック
- ✓ 決裁者を説得するテクニック
- ✓ 提案書の作成テクニック
- ✓ コミュニケーション指導のテクニック
- ✓ 戦略を考えるテクニック
- ✓ ……

毎月のアドバイスメール

毎月、新着のアドバイスをあなたのメールにお送りします。

アドバイスメール



「駆け引きによる交渉」掲載のご連絡

今月のアドバイスを公開しましたのでURLをお送りします。

「駆け引きによる交渉」

<https://eigyout-advice.com/kakehiki/>

「予算を取ってもらえませんか」とお願いばかり…。

価格、機能、納期、条件…営業という仕事に駆け引きは必要です。

……………

営業のアドバイスで強化する方法

テンプレートやセミナーと組み合わせて営業を強化する方法

自己改善シート



課題と改善方法を考え
PDCAを促進

ディスカッションシート



社内・チームで
営業勉強会を実施

促進計画シート



部下やチームの課題を
考えて促進

営業管理シート



部下の課題と指導方法の計画
を作成・管理

指導計画シート



進捗と次回営業方法
を考えて管理

営業強化セミナー



年間約20回の
公開セミナーで動機付け

営業のアドバイス「営業を強化する方法」

(ダウンロードページ)

<https://www.centleading.co.jp/advice-howto>



営業のアドバイステンプレート集

(会員様専用ダウンロードページ)

<https://www.centleading.co.jp/portal>



営業のアドバイスに掲載中のコンテンツはこちら

(営業のアドバイス「アドバイス一覧」)

<https://eigyout-advice.com/search2/>



法人営業のノウハウ・テクニックを提供する
営業ポータルパーソナル

営業のアドバイス



特徴

毎月1件の新着アドバイス	「今月のアドバイス」に毎月1件の新着アドバイスを掲載しています。 継続的に新しいノウハウ・テクニックをお届けします。
タイトル、サブタイトル	タイトルでテーマ、サブタイトルで内容を記載しています。 タイトル、サブタイトルから欲しい、必要なアドバイスを探してください。 例) タイトル:「予算を聞き出す」、サブタイトル:「聞き出しにくい情報は仮説をぶつける」
ケーススタディ	商談での顧客との会話のやりとりなど、具体的なケーススタディで理解しイメージできるアドバイスを掲載しています。 ※アドバイスの内容によりケーススタディを記載していないものもあります。
PC・スマートフォン対応	スマートフォンからもご利用できます。 顧客訪問の前や移動中など気軽に営業ノウハウを収集したり、メールで他のユーザー様と共有できます。

検索方法

プロセス・悩みから探す	商品説明やニーズ発掘、提案・・・営業のプロセス別に必要なノウハウ、顧客との関係、コミュニケーション、戦略・・・営業の悩み別にノウハウを探せます。
アドバイスイ覧から探す	すべてのアドバイスの中からタイトル、サブタイトルを見て必要なノウハウ、欲しいノウハウを探せます。
新着順から探す	新しいアドバイスから順番に検索できます。最新のアドバイスや2か月前ぐらいに見たアドバイスを探したいときなど掲載時期で探せます。

アドバイスメール

新着のアドバイスメール	みなさまのメールアドレスに直接営業ノウハウのメールが届きます。 ＜メール配信内容＞ ・新着のアドバイス（月1回） ※上記メールは、株式会社セントリーディングセミナー情報なども記載しています。
バックナンバーメール	上記「新着のアドバイス」の他に、ご希望される会員様には毎月月初に営業のアドバイス掲載中のアドバイス（バックナンバー）を1件メールを配信しています。

その他の機能

お気に入り機能	アドバイスページの右上にある「お気に入りに登録する」をクリックすると「お気に入りのアドバイス」に登録できます。 覚えておきたいアドバイス、他のユーザー様に教えたアドバイスにお使いください。
メール送信機能	アドバイスページの右上にある「メールで送信」をクリックすると、アドバイスページのURLが記載されたメールが立ち上がります。他のユーザー様に読ませたい、共有したいときにお使いください。
関連するアドバイス	アドバイスページの下に「関連するアドバイス」で関係のあるアドバイスとリンクしています。タイトルをクリックすると関連するアドバイスページにとびますので様々なアドバイスをご覧いただき実践してください。
ご意見・お問合せ機能	サイト右上の「ご意見・お問合せ」から欲しいノウハウやテクニックを記載し送信すると、翌月以降の新着アドバイスに反映されることもあります。 ※他の会員様もからのご要望もありますので必ず掲載されるとは限りません。

※ 法人会員様の機能制限

法人会員様は営業のアドバイスの以下の機能をご利用できません。

- ✓ 会員登録機能
- ✓ パスワード以外の会員情報変更機能
- ✓ 退会機能

法人会員様の「会員登録」「会員情報変更」「退会」は、営業のアドバイス事務局で行います。
※ 営業のアドバイスには、個人会員様に「会員登録」「会員情報変更」「退会」機能があります。法人会員様は利用しないでください。



アドバイス（本文）

売上を上げよう、受注を獲得しようとして頑張っている中で、顧客からの提案依頼は大きなチャンスです。
 なんと少しでも競合に勝ち受注を獲得しなければならない・・・

みなさんはどうやって競合に勝ちますか？

今回は、提案で競合に勝つ方法についてのお話です。

広告会社の営業担当Aさんが〇〇社に提案したときのことでです。

顧客からの要望

- ・昨年立ち上げたサービスの販売を強化するためプロモーションを検討している
- ・ターゲットは若い社会人
- ・広告掲載だけでは反響が増えないのでダイレクトにアプローチできる施策が必要
- ・価格の安い競合サービスも多いので、質の高さを前面に打ち出したい
- ・プロモーションの反響をサービスのWEBページに誘導したい

Aさんが考えた自社の強み

- ・〇〇社の同業他社実績、類似しているサービスのプロモーション実績が多い
- ・顧客がダイレクトアプローチを重視しているので、反響が少ない場合は無料でメール配信を1回追加

Aさんの提案

- ・毎月2万部発行している自社メディアに広告を掲載
- ・自社メディアの会員は若い会員が多く10万人を超えている
- ・サービス内容では差別化が難しいので、質の高さを訴求するため利用者の声を掲載
- ・自社メディアの広告掲載の他に20代～30代の社会人に向けて掲載期間に2回メール配信
- ・サービスのWEBページへのアクセス数を計測し、1,000人に満たない場合は無料でメール配信を1回追加
- ・同業他社での広告、メール配信実績

そして2週間後に顧客担当者から・・・

「今回は他社に決めました。御社の提案も悪くなかったのですがいぶん迷ったのですが、他社の方が良かったので」

その後、営業会議で・・・

Aさん

「〇〇社の案件ですが失注してしまいました。他社の方が良かったようで・・・」

上司Bさん

「メール配信を1回分無料で付けたのに負けたの？あの価格で3回分のメール配信を提案する競合はいないだろう？実績もうちいの方があるのに・・・」

Aさん

「実績や反響に応じてメール配信を増やすことは評価されたのですが、競合の提案も良かったようで、ずいぶん迷ったようですが結局価格で決めたいです」

上司Bさん

「うーん、そっか、しょうがない・・・」

本当にしょうがなかったのでしょうか？

本当に価格で負けたのでしょうか？

この提案の本当の敗因は提案内容や価格ではありません。

ほとんどの営業担当者が、顧客の要望を一生懸命聞いて、その要望に対して提案を考えています。

顧客から聞いた要望に対し、どのような提案であれば勝てるか・・・
 顧客から聞いた要望に対し、自社の強みや実績をアピールしようと・・・

しかし、この顧客の要望は競合も聞いています。
 要望以外にも、重視することや条件など同じ情報を聞いています。

つまり、競合と同じ要望や重視すること、条件などの情報を聞き、同じ情報に対し提案を考えているのです。

当然、競合も提案に勝とうと一生懸命・・・
 ・重視しているダイレクトアプローチに対して提案を考えているでしょう
 ・質の高さを前面に出したいという要望に対して提案を考えているでしょう
 ・サービスのWEBページに誘導という要望に対して提案を考えているでしょう
 ・実績をアピールしようと考えているでしょう

同じ情報に対して、自分も競合も強みや実績を考えて提案をするということは、顧客の要望に対し・・・
 ・自分の会社の商品の強みや実績があてれば勝てる
 ・自分の会社の商品の強みや実績があてなければ負ける
 ・あまり差がなければ、価格頼み、運頼み
 ということです。

つまり、同じ情報に対して提案するということは、商品力勝負か価格勝負、運頼みにしかありません。

必ず勝てるという商品を持っているのであれば良いのですが、どの会社もより良い商品を作ろう、売れる商品にしようと努力している中で、競合と比べて必ず勝てるという商品は少ないものです。

みなさんの会社の商品はいかがでしょうか？
 競合に必ず勝てるだけの強みを持った商品でしょうか？

この提案の本当の敗因は競合も収集した同じ要望（情報）に対し勝負したことです。

競合に勝つためには、提案で勝負するのではなく、提案前の情報収集中で勝負するのです。提案前に競合が知らない情報を収集できるか否かで勝負するのです。

つまり、提案前に競合が知らない情報を知り、その競合が知らない情報を踏まえ提案することで勝てるのです。

では、競合が知らない情報とは？

顧客が考えて伝えてくる要望は、当然、競合にも伝わります。
 ということは、顧客が考えて伝えてくる要望以外の要望を知らなくてはなりません。

顧客が考えていない、気づいていない課題に対する要望・・・

もし、顧客が考えて伝えてきた要望以外に・・・
 「今回プロモーションするサービス以外にも同じ若い社会人向けのサービスを抱えていて、今後、他のサービスのプロモーションも強化しないといけなくなる」という課題を知ることができていたらどうなっていたでしょう？

「サービスのWEBページへの誘導だけでなく、ターゲットのメールアドレスを取得し、今後、強化する他のサービスのプロモーションに活用する」といった提案ができたかもしれません。

この提案は自分しか知らない情報で考えた提案であり、競合にはできない提案です。

同じ情報で提案を考えると商品力や価格で勝負することしかできず、どの会社も商品力を強化し、価格を抑えようとしている今日、差別化することは困難です。
 しかし、競合が知らない情報を把握することができれば、差別化できる有利な提案を考えることができます。

営業力で提案に勝つということは、提案前の情報収集中で勝つということです。

競合が知らない
 「要望以外の別の課題」「要望の裏にある本当の目的」「決裁者など担当者以外の人の意向」・・・

1つでいいから顧客が伝えた要望以外の情報を見つけましょう。
 1つでいいから顧客が考えていない、気づいていない課題を見つけましょう。
 そして、考えていない、気づいていない課題を顧客に理解させ顧客と共有しましょう。

顧客の要望を聞いて提案を考えるだけでは、商品力勝負、価格勝負、運頼みになってしまいます。

関連するアドバイス （リンク先）

- ✓ 強みを理解させる方法・・・強みのアピールは課題を理解させることから始める
- ✓ 課題・ニーズ発掘のヒアリング・・・受注を獲得するための課題を聞き出すためには「顧客課題の背景から聞き出す」
- ✓ 決裁者を説得する提案書の表現・・・会えない決裁者を説得するためには提案書で伝えたいことをストレートに書く
- ✓ 顧客の情報は雑談で聞き出す・・・質問では収集できる情報が限られる

【トライアルのお申込み】

- ① 一番下のお申込み先に以下の情報を記載しメールまたはFAXをお送りください。

- ✓ 会社名およびホームページのURL
(ホームページがない場合は、会社の情報がわかる資料をお送りください)
- ✓ ご担当者様情報 (お名前、部署、役職、お電話番号、メールアドレス)
- ✓ トライアル開始希望日
※お申込みメールまたはFAX送信日から1週間以降の日付を記載ください。

- ② 営業のアドバイス事務局からトライアルお申込書類をお送りします。
- ③ 営業のアドバイス事務局から送られた以下のトライアルお申込書類を作成しお送りください。

- ✓ 営業のアドバイス法人会員トライアル申込書
(トライアルユーザー3名以内申請)

- ④ 営業のアドバイス事務局で申込書のユーザーに対しユーザー名、初期パスワードを発行
- ⑤ トライアルユーザーに直接メールでユーザー名、初期パスワードを送信



営業のアドバイストライアルスタート (トライアル期間：2週間)

【法人会員のお申込み】

- ① 一番下のお申込み先に以下の情報を記載しメールまたはFAXをお送りください。

- ✓ 会社名およびホームページのURL
(ホームページがない場合は、会社の情報がわかる資料をお送りください)
- ✓ ご担当者様情報 (お名前、部署、役職、お電話番号、メールアドレス)
- ✓ ユーザー (利用者) 希望人数 (③の申込時に変更しても構いません)

- ② 営業のアドバイス事務局から法人会員お申込み関係書類をお送りします。
- ③ 営業のアドバイス事務局から送られた以下のお申込み関係書類を作成しお送りください。

- ✓ 営業のアドバイス法人会員申込書
- ✓ 営業のアドバイスユーザー申請書 (お名前、部署名、ユーザー名、メールアドレス)

- ④ 営業のアドバイス事務局で申請されたユーザーにユーザー名、初期パスワードを発行
- ⑤ 営業のアドバイス事務局から申請されたユーザーに直接メールでユーザー名、初期パスワードを送信



営業のアドバイススタート (1年ごとの更新制)

お申込み・お問合せ

株式会社セントリーディング (<https://www.centleading.co.jp/>)

営業のアドバイス事務局 (<https://eigyou-advice.com/>)



eigyou-advice@centleading.co.jp



03-5909-7740