課題解決型営業セミナー

商品案内・御用聞き営業から課題解決型営業へ変革する方法

～　高度化、複雑化する時代では、営業の質が売上を向上する　～

講師	桜井正樹 （株式会社セントリーディング 代表取締役）
会社概要	株式会社セントリーディング 設立　：2009年1月 所在地　：東京都新宿区西新宿6-12-7

事業内容	課題解決型営業・戦略営業専門の営業支援事業 ・営業コンサルティング事業 ・営業教育事業 ・営業ノウハウ配信事業 「営業ポータル」「営業のアドバイス」

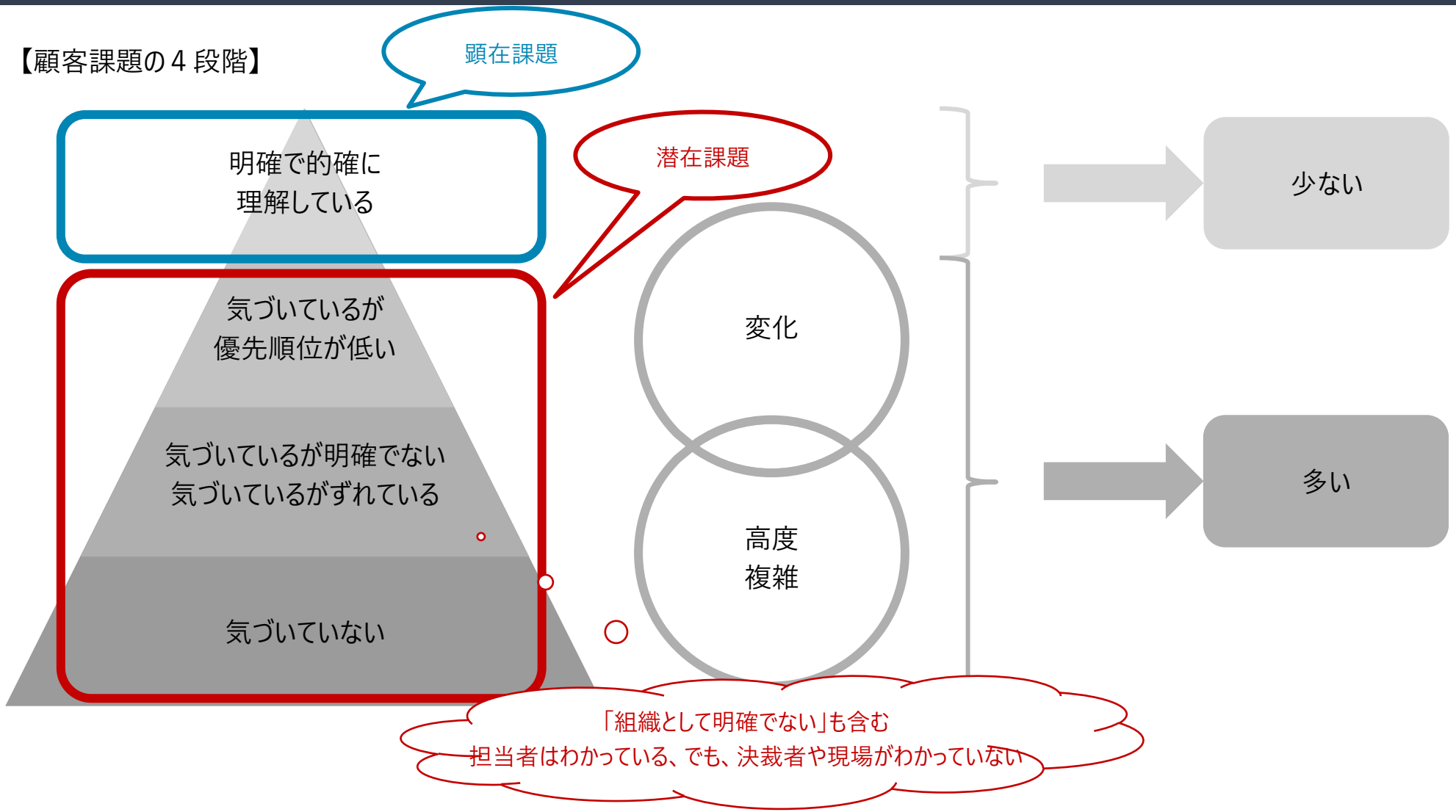
Copyright 2026 Cent-leading inc.

なぜ、課題解決型営業が必要なのか？

Copyright 2026 Cent-leading inc.

1．課題解決型営業の必要性

【顧客課題の４段階】

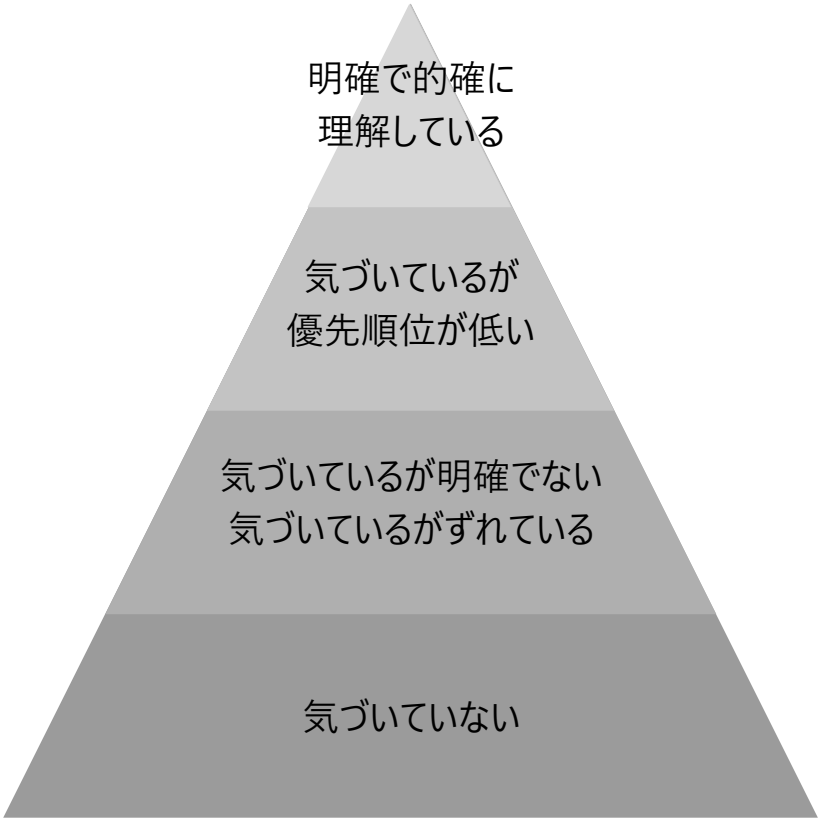


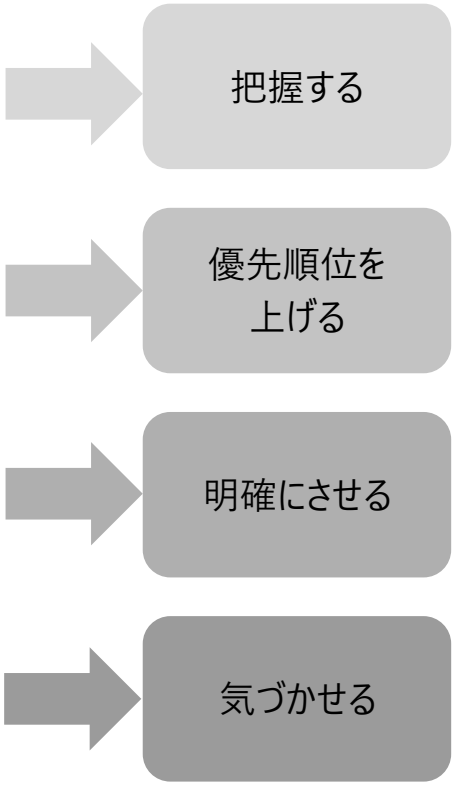
高度化・複雑化・変化する市場では、潜在課題をターゲットにした営業が必要

Copyright 2026 Cent-leading inc.

1．課題解決型営業の必要性

【顧客課題の４段階】





【アプローチ】

聞く
商品を訴求

聞く、教えてもらう
商品を理解させる
NG

課題を訴求

今日の営業の大きなPOINT

潜在課題を理解させる
または、顧客と一緒に考え気づかせ
課題解決へと導く営業

潜在課題をターゲットにした営業は、課題を理解させるアプローチが必要

Copyright 2026 Cent-leading inc.

2．課題解決型営業で大切なこと

顧客視点の要件
「顧客の知識・情報」「顧客を日々考える環境」
※セントリーディング オンデマンドセミナー
「営業強化の基本」

顧客を理解し
顧客の視点で行う営業

課題解決型営業とは

課題 → 解決策 → 解決策による顧客のメリット

顧客を理解し

顧客が商品を使って
何ができるかを考え

顧客のメリットを
理解させる

顧客の課題を解決に導き、顧客のメリットを実現する営業

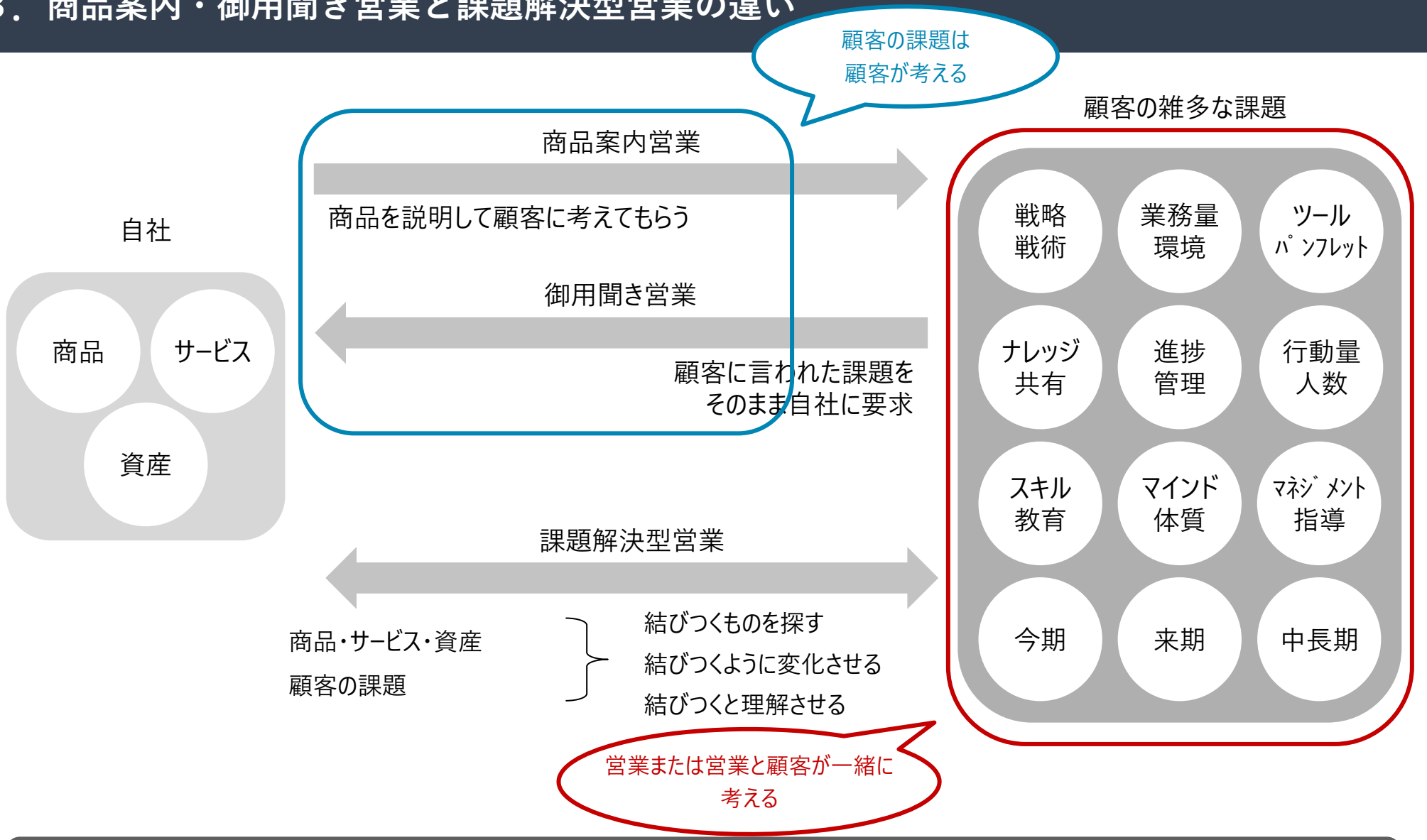
商品知識を身につけ → 商品を理解してもらい → 商品を買ってもらう

商品紹介営業は
商品を理解し商品の視点で行う営業

課題解決型営業と商品紹介営業は
知識も視点も立場も「真逆」の営業

Copyright 2026 Cent-leading inc.

3．商品案内・御用聞き営業と課題解決型営業の違い



商品案内・御用聞き営業と課題解決型営業の違いは・・・顧客の課題を誰が考えるか

Copyright 2026 Cent-leading inc.

4．課題解決型営業のプロセス

自社視点ではなく
顧客視点で組み立てる営業
※セントリーディング オンデマンドセミナー
「営業強化の基本」

（一般的な営業プロセス）

これって何？

事前準備

商談

提案

クロージング

「営業社員が何をしたか？」
を管理するプロセス

【課題解決型営業のプロセス】

顧客の現状想定
課題の仮説化
期待の確保
課題の発掘
課題意識の強化
課題と解決策の提案
具体策の提案
決裁影響要因の調整

相談関係の構築

課題解決型営業のプロセス

顧客の状況や意識に対して
何をするべきかという視点

課題解決型営業とは、８つのプロセスと相談関係の構築で実現する

Copyright 2026 Cent-leading inc.

4．課題解決型営業のプロ

顧客の課題を考えずにできることは
商品案内営業か御用聞き営業だけ

（一般的な営業プロセス）

あらかじめ・・・顧客の課題を考える
そのために顧客の情報を収集

会社・商品説明・・・
会社・商品を理解させるものではなく
期待をさせるもの

期待させた後に課題を聞き出す

課題を聞いて終わりではない
顧客にとって解決する必要性を！

【課題解決型営業のプロセ

仮説は間違えていてよい

顧客の現状想定

課題の仮説化

期待の確保

課題の発掘

課題意識の強化

課題

具体

決裁影響要因の調整

機能・強み・実績・事例・・・
商品を詳しく理解させるのは
課題を聞き出した後

の構

仮説を提示する
会話の中で聞き出す

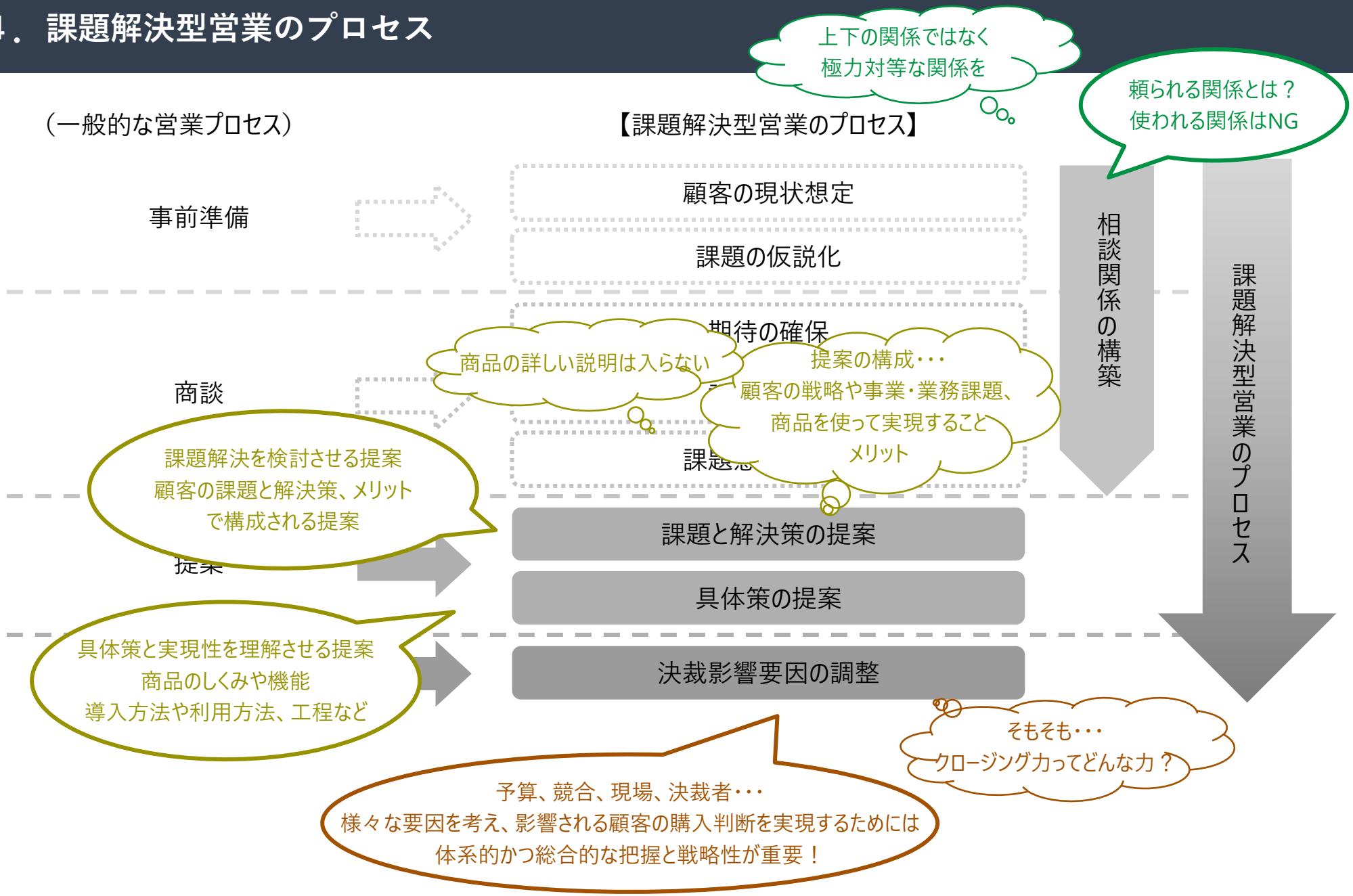
なぜ、課題を解決しないといけないのか？
について会話する

解決

プロセス

Copyright 2026 Cent-leading inc.

4．課題解決型営業のプロセス



Copyright 2026 Cent-leading inc.

5．ケーススタディ①・・・商談による案件の獲得

ケース①
当社支援先：モバイルシステム提供会社
顧客：大手広告代理店

提案獲得件数
4倍

	事前準備	商談（商品説明）	商談（ヒアリング①）	商談（ヒアリング②）
Before 営業強化前	HP等から情報収集	商品の説明	商品関連のヒアリング	
	• 会社概要、拠点、組織図 • 競合○○社との取引 • 現状のシステム状況	• 機能や強み • 実績、事例	• 現在のITやモバイルシステムの導入状況 • 現在または今後の検討や計画の	
顧客の意識		商品の良さはわかった	検討していない、予算がない	
After 営業強化後	HP等から課題を仮説化	用途や効果の説明	事業や業務のヒアリング	今後の方向性のヒアリング
	• 競争の激化や顧客における販促戦略の多様化が進んでいる • 顧客対応の早さ、企画の複雑化や高度化が重要 • 複数の会社との協業が多い ↓ • 【課題の仮説化】 • 協業先や顧客と打合せが増加 • リアルタイムかつ頻繁に企画を修正し共有する必要あり	仮説課題に合わせて・・・ • 社外でなにができるか • どのような効果があるか	• 企画の内容や進め方 • 顧客との取引状況 ↓ • 企画提案が複雑化し、納期がタイトになっている • リアルタイムかつ頻繁に企画を修正し、関係会社と共有する必要がある • 納期間際にバタバタ修正して、間に合わせることが多い	• 競争が激しい • クライアントの要求が高度化 ↓ • 企画提案の精度が落ちると取引を失う可能性がある • 新規顧客が増やしにくい状況で、既存顧客の失注は今後の事業展開に大きく影響
顧客の意識		導入効果はわかった	企画提案の精度に影響する	解決しないと売上に影響する

案件ならず

案件獲得

現状想定
課題の仮説化

期待の確保

課題の発掘

課題意識の強化

Copyright 2026 Cent-leading inc.

6．ケーススタディ②・・・提案による受注の獲得

ケース②
当社支援先：システム開発会社
顧客：グループ内３社合併に伴う営業管理システムの統合

競合2社＝既存取引先
9月にはじめて訪問→12月受注

	提案の検討～提案書の作成	提案
競合他社	顧客の要望に合わせて提案書を作成	商品の説明
	• RFPに合わせて提案内容を検討 ・顧客の要望に合わせたシステムの構成や性能 ・顧客の予算に合わせた価格 ↓ • 提案書を作成	• システムの構成 • 開発スケジュール • 費用　→　顧客の予算に合わせて提案 • ・・・・・
顧客	RFP（提案依頼書）を提供	期待通り
当社支援先	顧客の要望と将来を考慮し提案書を作成	用途や効果の説明
	• RFP（顧客の要望や予算）を考慮 • ３社の営業スタイルや管理方法を考察 • 合併後に求められる相乗効果やリスクを考慮 ↓ • 提案書作成	• 合併後の想定される展開、求められる相乗効果 • 各社の営業スタイルおよび管理方法の違い • 相乗効果・リスクに対するあるべき営業管理方法 • システム構成 • 開発スケジュール • 費用　→　顧客の予算×120％で提案 • ・・・・・
顧客	RFP（提案依頼書）を提供	たしかにそこまで考えるべきかも でも、予算オーバー

失注

受注

競合に勝ち受注できたPOINT
「課題意識の強化」

経営者や営業部門
３社合併の目的を考えたら
そこまで考えるべき

顧客の予算の120％
競合より価格が高い

情報システム部門
合併後のことを考えると、
方向性や実態を共有して相談できる
会社と進めたい

Copyright 2026 Cent-leading inc.

7．課題解決型営業を実現するための要件

課題解決型営業の実現は
商品案内・御用聞き営業の延長や改善ではなく
新たな営業の構築

⟷

場数・経験で固まってしまった癖や習慣
雑多かつ流動的な環境下での推進
今月、今期の成果が求められる中での徹底

３つの変革

新たな
営業のプロセス（やり方）

現在の傾向
会社の中でできる人にやらせよう、教育させようというが・・・
商品案内・御用聞き営業で
ちょっとだけ課題解決型営業寄り＆我流

新たな
営業のスキル

新たな
知識・視点（顧客視点）

３つの整備

簡単にうまくいかない
すぐに成果が出ない

そもそも自社のノウハウは
過去の経験により蓄積

延長や改善なら良いが・・・
やったことのない新たなことに
対応できるのか？

組織における
意思の統一・強さ

変化する仕事、雑多な仕事
に追われる環境での推進・徹底

推進・徹底できる環境

外部情報・ノウハウの
取り込み

検証・修正の連続
（PDCA）

課題解決型営業の実現は、「３つの変革」であり、そのために「３つの整備」が必要

Copyright 2026 Cent-leading inc.

8．最後に

技術や商品の
進歩・高度化

市場の変化
顧客需要の変化

競合企業の
商品や販売力強化

新たな競合の参入

自社の事業や商品の
変化・高度化

自動化やAIの
広がり

働く環境の変化
価値観の変化

変化が加速していく環境下で・・・
今、今期は良くても
２年後、３年後、・・・生きていけるのだろうか？

大変でも、難しくても
変化が加速する市場に対応するため
“顧客視点”の課題解決型営業への変革が必要では？

Copyright 2026 Cent-leading inc.

課題解決型営業・戦略営業支援

株式会社セントリーディング

https://www.centleading.co.jp/

info@centleading.co.jp

Copyright 2026 Cent-leading inc.