

「顧客視点力®」が営業を強化させ企業を変革する

セントリーディング

<http://www.centleading.co.jp>

桜井正樹社長のプロフィール

生年月日／1969年10月13日
 出身地／埼玉県さいたま市
 最終学歴／青山学院大学
 趣味／スキー
 座右の銘／本質を抑える人がすべてを抑える

法人向け提案型営業専門のコンサルティング・アウトソーシング・教育サービスで各企業の営業強化や売り上げ向上を支援しているセントリーディング。同社を率いる桜井氏から見た現在の営業が抱える課題とその解決法とは。



—— 営業は「己を知り、相手を
 知れば百戦危うからず」が重要だ
 と。

桜井 営業の定義は「顧客の課題と商品・企業を結び付ける活動」です。自社や商品を知り、顧客を知って、初めて成り立つ活動なのです。ただ現状は、売りたいがため己(商品)を理解してもらおうとする商品説明型。また、敵(顧客)は自らを教えてくれません。それなのに、御用聞き(相手の状況を教えてもらう)になっっているケースが大半です。自ら顧客目線で考え、実行する活動、つまり私たちの提唱する「顧客視点力®」が必要なのです。

—— 「顧客視点力®」とは。
桜井 営業は顧客の課題や要望だけ知ればよいものではありません。

せん。その課題や要望の背景まで考え、理解できなければなりません。例えば、人事管理システムの場合、現在のシステムや人事管理方法だけでなく、その企業の方向性や事業、組織、各部門の業務や実状など……さまざま背景まで必要です。それは各企業がこのような背景に合わせてシステムを見直し、構成を考えているからです。そして、この背景まで考え理解することにより、課題の解決策は何が最適であるかが分かり、おのずと最適な提案ができるのです。これを実現する力が「顧客視点力®」です。

—— 「顧客視点力®」を強化する方法は。

桜井 営業マンの視点を商品や自社中心から、顧客や課題中心へ変えていかなければなりません。また、営業の方法や要するスキルも異なります。この「意識・視点」と「方法やプロセス」「個々のスキル」を並行して変えていく必要があります。仕事も

スポーツと同じです。適正なマインドと適正な方法による訓練が、スキルを向上させ、そのスキルと戦い方がスポーツでいう試合の商談や提案など営業活動の場で成果を上げるのです。現在の営業は、試合ばかりで、勝つ方法の考察や訓練がなさ過ぎます。

—— 企業が行うべき課題を。

桜井 さまざまな企業の営業支援を手掛けてきて、顧客分析力や関係構築力、アプローチ力、課題抽出力、説得力が求められ、社内・社外の人物に対する調整力までを要する営業は「幅広く、難易度の高い技術職」だと思います。その営業をしつかり支援できる会社は意外と少ないのが現状です。個人任せや営業部門に任せるだけでなく、会社として本気で支援する姿勢が経営陣に求められていると思います。

【会社データ】

設立／2009年1月
 売上高／6千万円
 従業員／7人
 所在地／東京都新宿区