

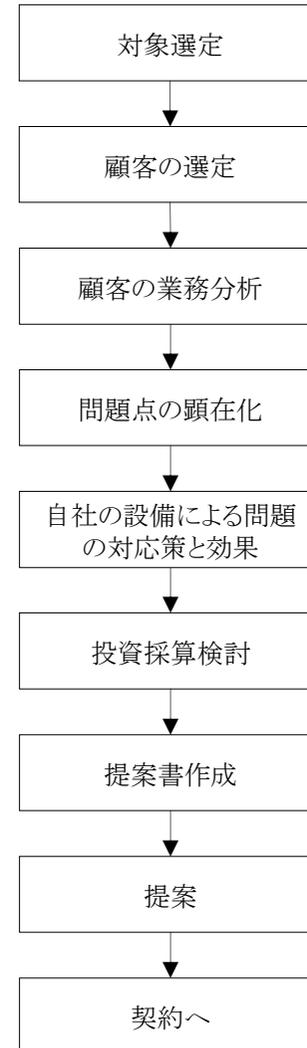
5・2 コンサルティングセールスのしくみ

機能商品は顧客にとつての価値の与え方を前面に出した提案を求められます。そのためには自社の商品をそのまま提案するのではなく、顧客の生産、業務を分析し、問題を明確化し、その問題に対して自社の商品を使うことにより、顧客の利益をどう拡大するか、その効果はどの程度かという企画提案書をもって顧客を説得する必要があります。これがコンサルティングセールスです。

このようなコンサルティングセールスは、個別営業で対応する工作機械等の生産財営業の場合には特に有効です。コンサルティングセールスにより、顧客の工場へ入り、複数の設備提案、システム提案を行うことが可能になるからです。提案においては、商品売りではなく、顧客の利益売りの姿勢です。

このようなコンサルティングセールスには、コンサルタントが日々分析、改善、効果算定等を行っている手法がそのまま活用できます。それを営業マン自らが実践することで、顧客との密接なコミュニケーションや提案、信頼を獲得することが可能になるのです。営業マンの基本的な能力強化策として、このコンサルティングセールスのやり方を教育し、マニュアルを整備し、実践行動による意識改革を推進すると良いでしょう。

展開ステップ



工作機械のコンサルティングセールスの例

