

daily コラム

2009年3月11日(水)

〒101-0032 東京都千代田区岩本町2-18-3-5F

㈱メディカル保険サービス TEL 03-6808-1441 FAX 03-6808-1442

Email: info@medical-hoken.com

営業能力に何が必要か！

営業の強い中小企業は伸びる！

営業会社をイメージすると、“商品企画し、自らが他社への売込みを行うコンサルティング会社”を想定できます。一般企業での強い営業マンとは、「マーケットに対して売れる商品あるいは売れるサービスの情報を社内に提案し、自社内がその対応をするような社内での立案・企画力と人的ネゴシエーションを含めた調整力」を発揮する人と言えるでしょう。

提案型営業の強み

“その顧客の顧客やマーケットはどこか”、“提供する商品（部材なども含む）の最終ユーザは誰か”、“どのような使われ方をしているのか”を営業が理解することです。つまり顧客の市場に先回りして調査し、顧客と共に考える“提案型営業”こそが最終ユーザの街の生活目線に最も近い中小企業の強みであり、一方において「顧客の顧客先のニーズや状

況」を取り込んだ分析を基本として考えることによって、自社の社内に対する適切な商品企画の提案やサービスの仕方などの思考も自然に高まります。中小企業は、商品数が比較的少なく、また社員が少人数であることなど“社内調整”も容易であることが強みであることも再認識すべきでしょう。

ちなみに、営業の要らない“技術力”で生きるといった話題の企業も数年後に倒産の危機に瀕しているという多くの傾向から見ても、営業の質の重要性を再認識されるところで

