

# 売れるように売れば 必ず売れる①

## 「営業力は人間力」

中小企業診断士 大野 実雄

### 1 経営者の嘆き

「過去と比べてモノが売れなくなった」「営業パーソンの自主性が欠け、働く意欲が低下している」「価格競争が激しく、利益が出ない」「提案営業ができない」「新商品を出しても売れない」「新規顧客開拓ができない」：そのような嘆きの声が多い。果たして、そうだろうか。



### 2 市場の「変化」に対応したやり方に「変化(変える)」

厳しい市場においても、売れている商品はたくさんある。価格競争下でも、売上や利益が大きく伸びている企業もある。売れないのは、売れない売り方で売っているからである。すなわち、売れるように売っていないからである。闇雲に走り回っていても売れない。「労多くして功少なし」となる。営業の仕事は量(時間の長さ)でなく、質(時間の使い方)であり、精神論(根性)でない。市場は常に変化し続けているから、知恵を絞って、営業のやり方や営業プロセスを変える(見直す)ことによって、ムダな苦勞をすることなく、常に結果を出さなければならぬ。

### 3 物真似は先行者を追い越せない

成功事例は営業現場で活用できるものが必ずある。そのまま真似をするのでなく、内容をヒントにして「工夫」や「改善」を通して自分(自社)に合ったものにして、営業活動や顧客開拓、顧客満足のお役に立って欲しい。物真似は永久に先行者を追い越せない。

### 4 成功事例の捉え方「事例」や「書籍(本)」の読み方

どんな書籍(成功事例・ノウハウ本)にも執筆者が存在する。執筆者は人

今までの経験、ノウハウや打撃のコツが細かに書かれていたとしよう。その通りに打撃を行っても誰もが世界記録は達成できないであろう。身体能力や運動神経、野球への情熱、生き方も違うからである。執筆者と生きてきた環境や経験、知識、能力が同じ人はこの世にいない。だから、書いた人の意図を理解し、自分に置き換えて参考にすべきである。要するに物真似をしても同じ結果にならないということである。本は執筆者の正解であって、必ずしも読んだ方の正解にはならない。では、どのようにするのか：本の通りにやらない。本から正解を求めない。書いてある通りにやっても結果や効果は違うということを認識すべきである。執筆者の生き方、物事の考え方・観方、成功事例によるプロセスや行動に対する心構えなどを、今後の自分の生き方や物事への取り組み方に大いに刺激を与え、読んだことを自分流に活かすことが大切である。他人と自分は違うことが当然、自然であることを認識すべきである。

「独自性」や「新規性」が大きく問われる。自分が「実行できるもの」に絞って知恵を出す。あれもこれもできない。だから、選択して集中するしかない。また、「スピード」と「個人力」が発揮できる「組織力」が、強い営業には欠かせない。組織の中で常に個人を活かすことが重要になる。営業の仕事は、工場での生産や事務とは異なる。大きな違いは顧客が相手であり、顧客の問題点や課題を的確に捉えないと「御用聞き営業」になってしまう。「営業力」は「人間力」とも言われ、総合的なスキルと営業技術が要求される。だから、営業の仕事は人を磨いてくれる。できる営業パーソンは「魅力溢れる人」になる。企業や店舗で営業の仕事を通して、総合力と「人間力」を身につけていたきたい。営業力は「経験」という「時間」も必要である。

### 6 経営環境は日々変化している

完璧な営業パーソンはどこにもいない、誰も完璧な営業パーソンにならない、完璧な営業パーソンになる必要もない。営業に万能薬はない！営業の努力と根性だけで企業の収益は改善しない。今はそれほど甘くない！営業はシステムのみで成功しない！



い。相手が機械ならシステムで動く。相手のお客さまは百人百様である。相手がこちらの意図どおりに動くなら、営業パーソンは不要である。ただし、システムを活かす必要はある。成功事例に惑わされないことが大切。成功事例とは過去の環境下での成功。昨日と今日と明日は同じ環境ではない。今日の成功は明日の失敗事例にもなる。成功事例は参考にすると、ヒントにする。

### 7 営業活動の「プロセス」と「ゴール」「ゴール後」



おのおの じつお 大野 実雄 中小企業診断士・販売士



●プロフィール  
メーカー、経営コンサルティングファームを経てオオノ経営労務事務所開設。「変化には変化でしか対応できない」を企業支援の基本としている。著書に「売れるように売れば必ず売れる」「働き方・生き方こころの軸」「勝つ企業」等がある。

ぎふ専研 [岐阜商工会議所専門研究会]  
当研究会は岐阜商工会議所に登録している各専門25名が研鑽を重ね、企業や事業支援の実践に役立てることを目的としています。主な活動は、企業経営に関する法律、税務、財務、販売、事業承継、ITなどの事例を通して各専門分野からの意見や提言を行い、企業最適化を図ることです。

### 5 独自性 新規性の勧め

これからの企業・店舗や組織は



本文とは異なる説もあり得る場合があります。\*イラストはイメージです。