

A close-up photograph of a middle-aged man with grey hair and glasses, wearing a dark suit jacket, a light-colored shirt, and a patterned tie. He has a thoughtful or questioning expression on his face, with his mouth slightly open. The background is blurred, showing another person in a white shirt. The overall lighting is bright and professional.

**仮説検証型のアプローチ**

**提案型営業の課題発掘術**

# 課題発掘のプロセス

「何か、問題はありませんか？」  
「何か、お困りのことはないでしょうか？」  
「何か、お手伝いすることはありますか？」



「ありません！」

これ以上先へは  
進まない……



- ① 存在に気付いていない。説明できるほど整理できていない。
- ② 存在には気付いているが、重要だとは考えていない。
- ③ 知ってはいるが、解決の必要性を感じていない。



「何か……」では、課題を知ることはできない

「課題を発掘する」とは

~~お客様の課題を知ること~~



お客様が課題  
の存在に、

気付き

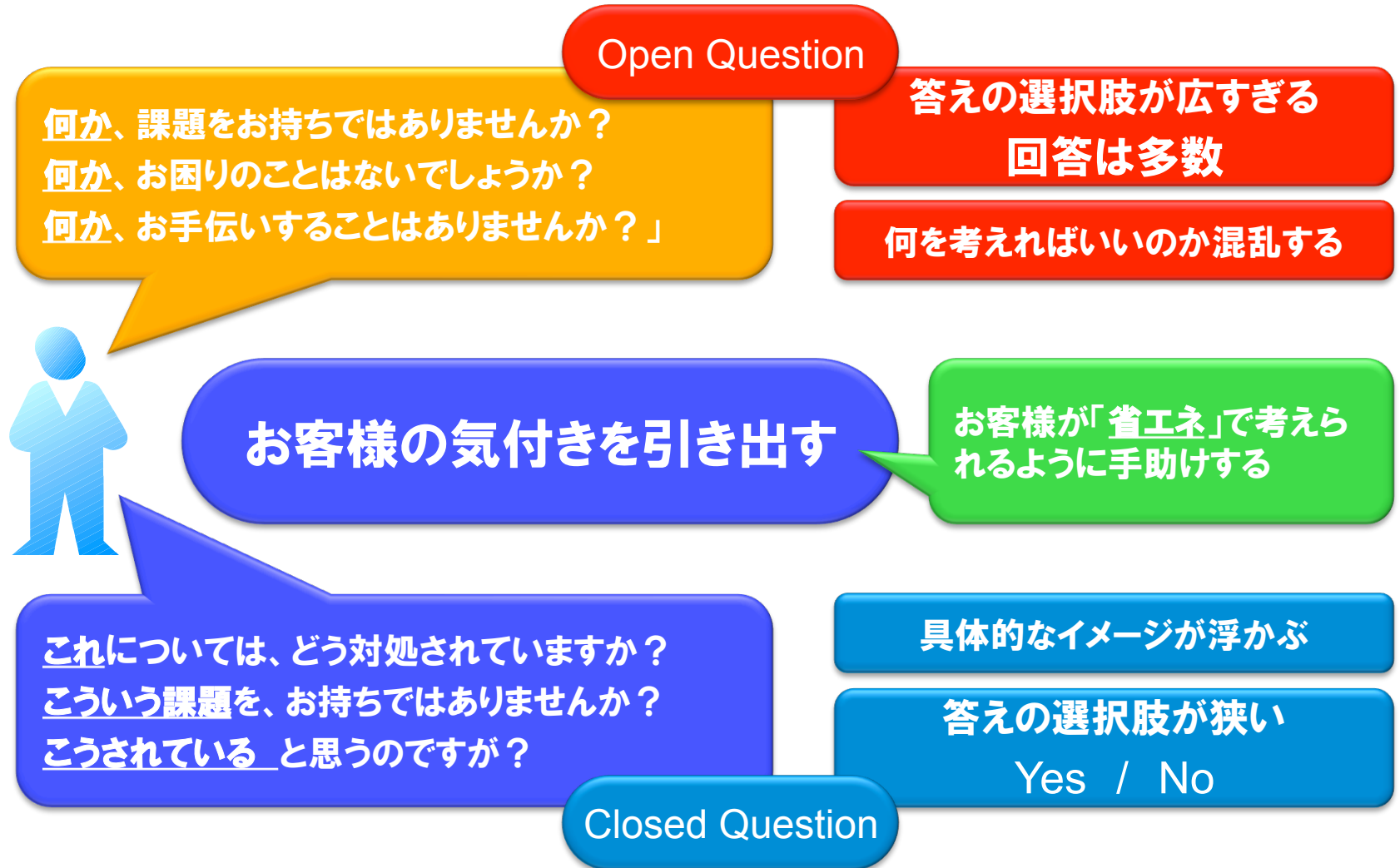
整理

意欲

を支援  
すること。

「課題」とは、「問題意識」+「解決意欲」

# 課題発掘のプロセス



# 課題発掘のプロセス

お客様の経営目標や課題

御社では社長方針として2015年度までに売上高1000億円の達成を掲げられています。

経営や戦略の常識

しかし、現状は800億円であり、直近3年の売上高の増加も2%程度であることを考えると、あと3年で25%の増収を狙うというのは、容易なことではないように思います。

業界や同業他社の取り組み

やはり、同業他社が取り組まれていると同様のECサービスに新規参入し、そのギャップを一気に埋めようとお考えなのでしょうか？

お客様のメンタリティと  
戦略的合理性



# 追加オーダーについての対応／ケースA

**お客様：** 斎藤さん、先日から使わせてもらっているあのサービスなんですが、ユーザーを100名増やしたいんですが、手配してもらえないでしょうか。

**斎藤：** ありがとうございます。すぐ手配させていただきます。  
ところで、いつからスタートさせていただければよろしいでしょうか？

**お客様：** 今月のはじめから使わせてもらえないでしょうか。

**斎藤：** かしこまりました。早速手配いたします。

## 追加オーダーについての応対／ケースB

**お客様：** 斎藤さん、先日から使わせてもらっているあのサービスなんだが、ユーザーを20名増やしたいんだが、手配してもらえないだろうか。

**斎藤：** ありがとうございます。ところで、なぜユーザーを増やされるんですか？前回と同じ部門で、使われるのでしょうか？

**お客様：** 実は、商品企画部の人間が見せてくれと言うので紹介したら是非、うちでも使わせてくれと言うことになってね。それでお願いしているんだ。

**斎藤：** そうですか。それは、ありがとうございます。ただ、商品企画部でのご利用となると、分析やレポート機能が物足りないと感じられるのではないのでしょうか。そのあたりは、なにか話しをされていましたか？

**お客様：** 言われてみれば、そうだなあ。まあ、あのときは時間も無くて、そこまで詳しくは話さなかったからねえ。

**斎藤：** このままでは、使い物にならないなんて、がっかりされるかもしれません。どうでしょう、企画・マーケティングの方を対象に提供しているサービスもあるのですが、そちらを紹介させていただくというのは？

**お客様：** ほう、それはどういうもの？

**斎藤：** 既にお使いいただいております機能に加え、60種類の解析機能、120種類のレポート機能を追加したものがございます。

**お客様：** なるほど、それはいいねえ。一度詳しく話を聞かせてもらえないだろうか。

**斎藤：** 承知いたしました。それでは、明日改めて、デモの準備をして伺います。

# 追加オーダーについての対応／分析

## [ケースA] 御用聞き営業型 お客様の期待に応えるスタイル

～をお願いします。

お客様の価値を維持

はい、わかりました。

## [ケースB] 提案営業型 お客様の期待を超えるスタイル

～をお願いします。

なぜ？

お客様の真のニーズ  
あるべき姿

ニーズに対する  
解決案1

ニーズに対する  
解決案2

ニーズに対する  
解決案3

お客様の価値を拡大

解決策2でお願いします。

はい、わかりました。



# お客様の価値を高めようとする応対

社長から、  
今のシステムをクラウドに移管できないかと言われてね。  
お宅のサービスも対応してもらえないだろうか？



申し訳ありません。うちは、対応していません。このままで、お願いします？



ご相談、ありがとうございます。ただ、クラウド対応は未だなんです。それよりも、まずは喫緊の課題であるセキュリティ対応を優先されてはいかがでしょうか？



ご相談、ありがとうございます。ただ、クラウドとなるとセキュリティへの不安や運用上制約も多く、今は、おすすりできません。うちもそんなことがあるので、まだ対応していませんよ。ですから、しばらくはこのままの使い続けられることをお勧めいたします。

# お客様の価値を高めようとする応対



営業： ありがとうございます。でも、**なぜ**、そんなことを考えられたんですか？

お客様： 実は、社長から、システム運用コストをもっと下げるように言われてね。やるだけのことはやってきたつもりなんだが、そんなことを社長に話したら、それならクラウドを検討したらどうかと言われてね。それで相談しているんだよ。

営業： なるほど目的は、コスト削減なんですね。何が何でもクラウドにしなければいけないという話しではないんですね。

確かにクラウドもひとつの選択肢だと思いますが、その対応に相当の時間とコストもかかります。また、これまでとは異なるプラットフォームへの移管となるとアプリケーションに手を入れなければならず、これは結構やっかいです。

どうでしょうか、まずは仮想化でサーバーを集約し、データセンターの利用料金を下げてみる。また、運用をマネージドサービスに移管することで、さらにコスト削減も可能になると思います。そうすれば、アプリケーションをそのままに、コスト削減も可能になるはずです。

お客様： なるほど、そういうやり方があったのか。ぜひ、詳しく話を聞かせてもらえないだろうか。

# お客様の価値を高めようとする応対



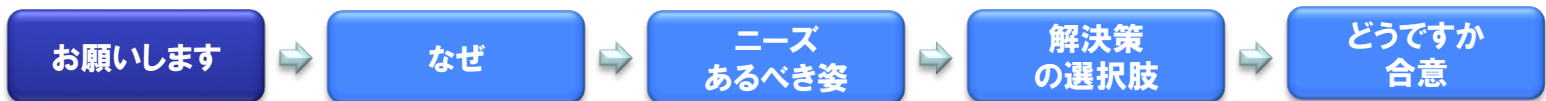
- 提供者の視点
- 自分たちの現状を超えず、お客様の価値をまったく意識しないアプローチ



- 提供者の視点
- お客様の価値ではなく、自分の価値を優先したアプローチ



- 提供者の視点
- 一見お客様の価値を述べているようだが、お客様のニーズを把握しようとしてせず、自分たちに都合のいい論理を展開するアプローチ



- お客様の視点
- お客様のニーズから、お客様の価値を最大化できる「あるべき姿」を想定し、それを起点として解決案を提示。お客様の納得・合意を引き出すアプローチ

# お客様の価値を高めようとする応対



デラックス

営業：ありがとうございます。でも、**なぜ**、そんなことを考えられたんですか？

お客様：実は、社長から、システム運用コストをもっと下げるように言われてね。やるだけのことはやってきたつもりなんだが、そんなことを社長に話したら、それならクラウドを検討したらどうかと言われてね。それで相談しているんだよ。

営業：なるほど、目的は、コスト削減なんですね。何が何でもクラウドにしなければいけないという話しではないんですね。**その点は、いかがですか？**

相手の自発的な発言を引き出す

お客様：**確かにそうなんだが、いい方法はないだろうか？**

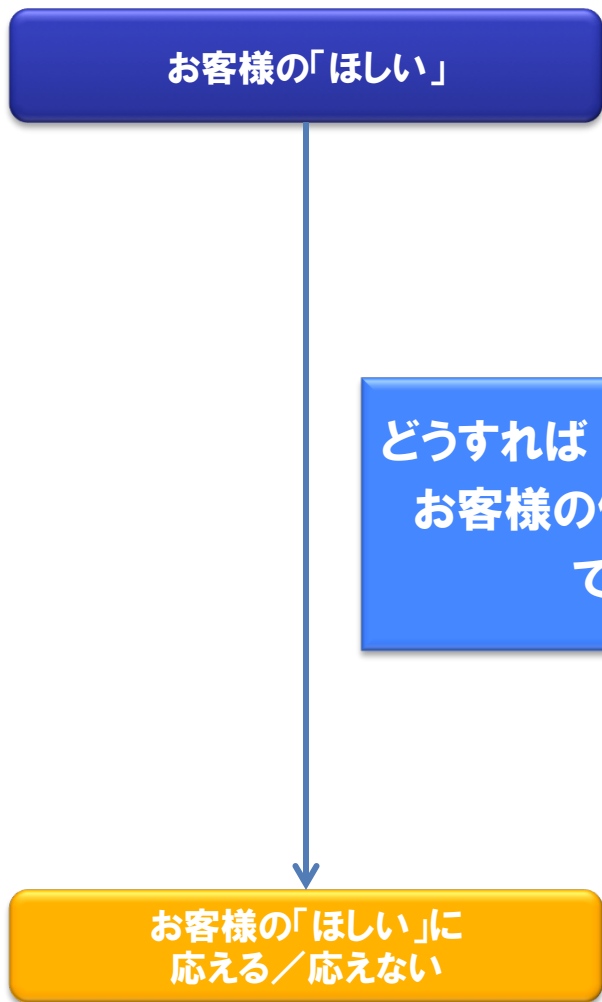
営業：確かにクラウドもひとつの選択肢だと思いますが、その対応に相当の時間とコストもかかります。また、これまでとは異なるプラットフォームへの移管となるとアプリケーションに手を入れなければならず、これは結構やっかいです。**この点はどのようにお考えでしょうか？**

お客様：**確かにそうだなあ。どうすればいいだろう。**

どうでしょうか、まずは仮想化でサーバーを集約し、データセンターの利用料金を下げてみる。また、運用をマネージドサービスに移管することで、さらにコスト削減も可能になると思います。そうすれば、アプリケーションをそのままに、コスト削減も可能になるはずです。

お客様：なるほど、ぜひ、詳しく話を聞かせてもらえないだろうか。

## 御用聞き営業型



どうすれば  
お客様の価値を最大化  
できるだろうか？

## 提案営業型

