

第1章

独立診断士に必要な5つの営業力 うまくいかない3つの理由

川崎 悟

合同会社セールス・パートナーズ 代表社員／中小企業診断士



私は2016年に営業・販促の専門コンサルタントとして独立し、2019年に会社を法人化した。現在は、営業・販売促進専門のコンサルタントとして、東京・大田区の町工場を中心に支援を行っている。また、独立を目指す若手の診断士向け座談会や理論更新研修では、「診断士の顧客獲得に必要な営業力」をテーマに登壇している。

本章では、私が普段から実践し、また診断士向けにお話している「顧客獲得に必要な営業力」について紹介したい。

1 営業がうまくいかない3つの理由

診断士が営業を実践していく前に、必ず押さえておくべきポイントがある。以下は特に独立して間もない診断士が陥りがちな「営業がうまくいかない3つの理由」である。これらを回避すると同時に、「5つの営業力」を強化していくことが中長期的な顧客獲得につながる。

(1) 「何でもできます」と言っている

独立したばかりの時期や、営業がうまくいっていない時などは、「少しでも仕事につながればよい」と考える。そして、「〇〇～や△△や▲▲、さらに××などサービスメニューがあります。ぜひ

お仕事をください！」などと、“何でもできますアピール”をしがちである。

しかし、これではお客さんの印象にはほとんど残らない。「私は特に専門性がなく、何もできません」と言っているのも同然だからである。結局、仕事の獲得にはつながらないだろう。

まずは、「私は〇〇を専門とするコンサルタントです」と専門性を1つ打ち出し、見込み客に印象づけたほうが仕事の獲得につながりやすい。他のサービスメニューも提案して仕事の幅を広げたのであれば、その後から伝えても決して遅くはない。

(2) ターゲット顧客が不明確

診断士は、支援先に対して「自社の強み（専門性）を打ち出し、ターゲットを絞って顧客を獲得していきましょう！」と助言する立場である。にもかかわらず、いざ自分のことになると、強みをアピールし、ターゲットを絞り込むといったマーケティングが、意外とできていないというのが私の印象だ。

やはり、ターゲットによって提供できるサービスメニューは変わる。仮説でもよいから、法人、個人、業種・業態、売上高、従業員数、属性など、ある程度はターゲットを“絞る”ことが必要だ。

(3) 同じことを繰り返している

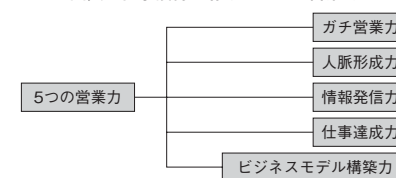
これは、PDCAが回っていないことを意味する。同じことを繰り返していても、成果が出ている（＝顧客が獲得できている）のであればよい。しかし、多くの場合、計画（P）で専門性を打ち出してターゲット顧客を決め、営業を実践（D）しても、すぐには成果は出ない。成果を出すためには、効果をしっかり検証（C）し、専門性・ターゲット顧客・営業手法などを見直して、改善（A）していく必要がある。

また、自身の独立前の職歴や経験などから専門性やターゲットを決めていると、その専門性が多量に特殊過ぎたり、ターゲット顧客がニッチ過ぎたりして、支援につながらないケースもある。これについても、PDCAを回すことで解決できる。

2 仕事獲得に有効な営業力とは

仕事獲得に有効な「5つの営業力」があると、私は考えている（図表）。これら5つをしっかりと押さえれば、診断士の営業力の向上につながる。

図表 仕事獲得に有効な5つの営業力



(1) ガチ営業力

私は、営業職出身のトップ営業パーソンが持っている営業力のことを「ガチ営業力」と呼んでいる。こう言うと、「営業をしたことがない診断士には身につけることが難しいのでは？」と思うかもしれないが、決してそのようなことはない。

なぜなら、トップ営業パーソンのほとんどは、営業の基礎を忠実に実践してトップとなっている

特集1 これがプロコンの営業だ

のが実情だからだ。そのため、この営業の基礎を実践すれば、ガチ営業力を身につけられる。

ここでは、営業の基礎のすべてを記載することは難しいため、以下に私が普段からお話ししている「売れる営業パーソンになるための4つ要点」を紹介する。営業の基礎を身につけるには、まずこの4つの要点を押さえることが大前提である。

①誠実であること

真面目に対応する、悪意のある嘘をつかない、仕事でもプライベートでもルールを守る、など。

②スピード感をもって対応すること

メールの返信は迅速に。納期は遵守する（できる限り前倒し）。

③相手の立場になって考え、行動すること

顧客ニーズをはじめ、お客様の気持ちを徹底的に考える。顧客だけでなく、顧客のパートナーなどの気持ち・立場も同等に考える。

④“多少”の図々しさを持っていること

この図々しさがないと、顧客の印象には残らない。逆に図々しすぎると、煩わしいイメージに。この“多少”がポイント。

(2) 人脈形成力

私は、仕事の獲得に有効な人脈を形成できる力を「人脈形成力」と呼んでいる。

診断士の仕事は、テレアポや飛び込み営業などの、ゼロからの営業で仕事を獲得するのは基本的には難しい。そのため、この人脈形成力は重要である。人脈を形成するには大きく分けて、2つの方法がある。

①知人に紹介してもらう

前職の同僚、仕入先や取引先、学生時代の友人、親類、診断士仲間などに紹介してもらう。

私の場合は、子供が通っていた保育園のママ友が大手メーカーに勤めており、研修を案内したところ、受注に結びついたことがある。留意点としては、ある程度の関係性が構築できてからお願い（営業）することである。そして、紹介者へのお