

SALES GYM



1000万稼ぐ セールス トレーニング

スキル不要！学歴不要！必要なのは「**自分の可能性を信じるのみ**」
「誰でも」「簡単に」できる超超超簡単セールストレーニング

セールスジム

目次

- 1 営業とは？
- 2 一流の営業とは？
- 3 セールストレーニング7ステップ
- 4 リストアップ
- 5 スケジューリング
- 6 目標設定
- 7 アポイント
- 8 プレゼンテーション
- 9 クロージング
- 10 フォロー
- 11 最後に

営業とは？

《定義について》

まずは営業、ビジネスについて解説していきます。

◎営業とは？

営業とは一言で、

【相手の方の問題解決のお手伝い】です！

問題＝悩みです。

例えば、

「恋愛で好きな人に、何を話しかけたら良いかわからない」

「将来年金貰えないし、今のままの職場では不安だ」

これらは全て、問題であり悩みです。

相手の方が「こうしたい、ああしたい、こんな風だったら良いな」

そんな思いを叶えるサポートをして行くのが営業のお仕事です。

営業は相手の方をパートナーとし、

一緒に成長していくパートナーを応援することです。



一流の営業とは？

一流の営業とは、**自分自身を売る事**です。

「あなただから買う、あなたが勧めるものなら買う」
とお客様に認められ、絶対の信用を得ている状態が一流の営業です。

それ以外には、
商品ではなく**未来を売る**ことです。

お客様は商品が欲しいのではなく、
商品を買った先にある、メリットや、利便性、デメリットの回避が欲しいのです。

例えば、
車なら車を買った先にドライブして旅先で思い出を作ったり、
通勤時に天候関係なく、スピーディーに移動する利便性が欲しくて車を買うわけです。

二流以下は、商品についてのみ勧める営業です。
もちろん一流は商品についても熟知しています。
知らないものを人にお勧めはできません。

自分の扱う商品知識は十分ありますか？
わからないことをわからないままにして営業活動をしていませんか？
人に聞く、本やネットで調べる。理解するためにやれる事は沢山あるはずです。

《一流の営業マンの心得》

- 1.常に周りのことを考えて、配慮、行動する
- 2.守破離を徹底して行う
- 3.連絡には即レスポンス
- 4.ハウレンソウの徹底
(解決できる人にする、話聞いてくれるだけの人では解決しません)
- 5.フォローの徹底
- 6.自分主体の発信をしていく
- 7.目の前の事にその都度集中する
- 8.数字を元に行動する
- 9.できる人に取りに行く (待ってる人に成長はないです)

セールストレーニング 7ステップ

ビジトレは下記の7ステップに分かれていきます。

① リストアップ

list+upの事で、
多数の中から条件にあてはまるものを選び出すこと。
また、選び出して一覧表にすること。

② スケジューリング

予定や日程を組む組み方について

③ 目標設定

1ヵ月の目標の決め方と決める理由について

④ アポイント

「アポイントメント」について
実際にお客様とどんな話をするのかについて

⑤ プレゼンテーション

商品説明について

⑥ クロージング

営業活動において顧客と契約を締結することについて

⑦ フォロー

フォローについて

1つずつ解説していきます。



リストアップ

◎リストアップとは？

list+upの事で、多数の中から条件にあてはまるものを選び出すこと。
また、選び出して一覧表にすること。「候補をリストアップする」

最初に行う事はリストアップです。

リストアップは商売をしていく上で、非常に重要です。

例えば、

保険の営業において、50歳以上の方向けの保険を扱っている方が居る
として、

その方が20代の学生さんにお会いして、

保険の話をして仕事としては意味が無いわけです。

候補外の方だからです。

その候補を絞るためにも必ずリストアップからスタートします。

リストアップした方からアポイントをしていきますが、

押し売りではなく、人間心理を知るためにアポイントをしていきます。

◎人間心理の種類

普遍の心理と、十人十色（価値観）の2つがあります。

《普遍の心理とは？》

普遍の心理には、マズローの5段階欲求と呼ばれるものがあります。

マズローの欲求 5 段階説



図の通りですが、
下から順に、
食べたい、寝たい等生きるのに必要な欲求
安心したい欲求
帰属意識（孤独では人間おかしくなるので）
承認欲求（周囲から認められたい）
自己実現（夢や目標の実現等）

日本では下から2つはほとんどの方がクリアしています。
家（安心）があって、食事（生存）があります。

3つ目からが重要です！

人は仲間が欲しい、認められたい生き物です。
だからこそ認めてあげる必要があります。

この普遍の心理は、どこでも共通します。
誰しも否定されたくはないですし、最初から死にたいなんて人はいません。
詳しくはアポイントの段階で。

《十人十色（価値観）とは》
これは生まれてから生きてきた中で培った経験から生まれる、価値観の事です。
お客様が何を大事に生きているのか知る事は営業をしていく上で、重要な事なので
ヒアリングして把握していきましょう。

◎リストアップやり方

①LINE、電話帳に入ってる方の、
「名前、年齢、職業、備考等」をノートやエクセル等に一覧表にしてまとめる。

スケジュールリング

◎スケジュールリングをする目的

スケジュールリングをする目的は、営業できる時間を把握し、営業活動を行う際のタスクを消化するために行います。

◎スケジュールリングのやり方

- 1.自分の日程記入（仕事、学校、バイト、用事の時間等）
- 2.休みの時間を記入（趣味、休暇休息）
- 3.営業活動ができる時間を把握する（例：活動できる時間180時間）



目標設定

営業活動をしていく上で、1か月毎に目標を具体的に立てます。
営業では、【アポイント数-プレゼンテーション数-契約数】の3つを目標に立てます。

◎目標を具体的に決める目的

行動量を上げるため、
何をどのくらいやれば良いのかを明確にして目標を達成するためです。
具体的に立てていない目標はどのように行動していいかわからず、達成しにくいです。

目標を立てる際に、自身のスケジュールリングで出した、空き時間とSMARTの法則、343の法則を参考にします。

◎SMARTの法則について

Specific(明確性) … 設定した目標は明確なものか
Measurable(計量性) … 目標達成率や進捗度を測定可能か
Agree(同意しているか) … その目標を達成すると決めているか
Realistic(実現可能性) … 現実的な目標を設定しているか
Time-related(期限設定) … 目標達成に期限を設けているか

営業においては、
明確で、数字として表せ、やらされ感ではなく自主的で、現実的かつ期限を決める事が大事です。

例えば、1ヵ月で、10時間しか空き時間がないのに、
1か月で100アポイントやりますという目標は現実的ではありません。

アポを沢山行きますという目標は具体的ではないので気を付けましょう。

◎343の法則について

343の法則とは、
10プレゼンテーションをこなした際に契約になる割合の事です。

10プレゼン中
3人が○（契約）
4人が△（悩む）
3人が×（やらない）

どの営業も平均値この割合になる為、必ず母数を増やす必要があります。

目標の設定は動きだす際の根本になる部分です！
明確に正確に立てましょう！

【営業スタート時の基準は1か月目から10プレ3契約です】
当たり前のできるので行っていきましょう！



◎用語解説

報告等で使う数字の見方、それぞれの意味を解説します。

・ 30-10-3

【アポイント数-プレゼンテーション数-契約数】

※読み方は、30の10の3と読む事が多いです。

- ・理想目標

その月（1日～31日）で、達成する理想の目標

例：その月の理想この数字やりたいと思う数字がアポ数が50、プレゼン数が15、契約数が5の場合

「理想:50-15-5」と表記されます。

- ・ガチ目標

その月（1日～31日）で、達成する何があっても絶対達成する目標

何があってもなので、必ず達成する、達成してあたり前の数字です。

- ・現状数字

その月内の当日までに消化した数

例：10日だったとして、アポをした数が10アポ、プレゼンした数が4、契約数が1の場合

「現状:10-4-1」と表記されます。

- ・今後数字

その月内の当日以降に入っている予定アポ及びプレゼンの数（日時が確定している数）

例：10日だったとして、10日以降に20アポと5プレ入ってたとしたら

「今後：20-5」と表記されます。

- ・繋げ率

アポイントからプレゼンテーションに繋ぎ、なおかつ日程が確定している数の割合

繋げ率（％）＝繋いだ数÷現状アポ数×100

- ・アポキャンセル数

アポイント予定が何らかの理由でキャンセルになった割合

AC（％）＝AC数÷（現状消化数+AC数）×100

- ・プレゼンキャンセル数

プレゼンテーション予定が何らかの理由でキャンセルになった割合

PC（％）＝{PC数÷（現状消化数+PC数）}×100

※アポの数に入れる定義

営業の話をする目的で、相手と食事や飲み、1対1の場面をセッティングしたとき。

※プレゼン数に入れる定義

プレゼンテーションの目的で、商品説明をする日時が決定したとき。

アポイント

アポは実際にお客様に会って、話をしていくことです。

アポの構成は、5つの段階に分かれます。

1. アイスブレイク
2. ヒアリング
3. 興味付け
4. クロージング（繋ぐ）
5. フォロー

実際にアポイントに入る前に必ず、ロールプレイング(練習)を行い、一連の流れを理解しトーク力を磨いておきましょう。

◎アイスブレイク

アイスブレイクの目的は、相手と仲良くなり、

なんでも言い合える状態になり信頼を得ていく事です。

最初出会ってからの人間は、お互いどんな人かわからず、警戒している状態です。

その状態で、その人に何を提案した所、どんなメリットあるとしても聞き入れてもらえないです。

例えば、

初めて会って5分で、素敵な異性を紹介してあげると言われたとしましょう。

何かあるんじゃないか？そう思うはずです。

それが気どころ知れた、親友から言われたら反応は違うはずです。

世間的には親友は知り合ってから長い期間経たないと、なれないと思われるがちですが、相手を思う気持ちと、アイスブレイクで、知り合って何年も経った間柄に匹敵する関係性を作ることができます。

《アイスブレイクのコツ（マインド面）》

「相手を人として好きになる気持ちを持つ」

「相手に興味を持つ」

これに尽きます！

この気持ちはアポ相手と会う前から育てておく必要があります。

相手の良いところを探して、めちゃいい人だなと思う。

これは努力によってなるので、粗探しや、合わない所を探すのではなく良いところを見ましょう。

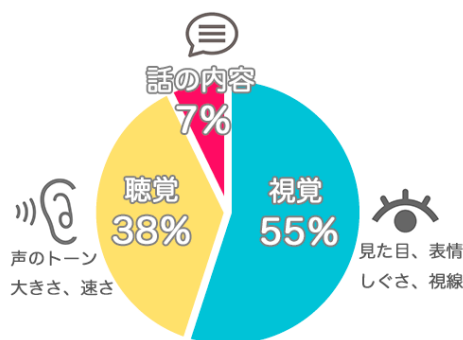
《アイスブレイクのコツ（テクニック面）》

メラビアンの法則、さらけ出し、共感等があります。

それぞれどういったものか説明していきます。

・メラビアンの法則

人の印象を決定づける要素と、その要素の占める割合についての法則です。



それぞれ図の通りの割合で、

主に**視覚の要素、聴覚の要素(93%)**が大部分を占めて重要とされています。

視覚は、表情や仕草や清潔感のある見た目等です。

笑顔を心がけたり、相手の話に相槌したり、話す際に手を動かしたりしていきましょう。

聴覚は、声のトーンや大きさ、速さ等です。

はきはき喋る、早口になりすぎないようにを心がけましょう。

イメージがわからない場合は、身近な方の話上手な人をよく観察して、まねしていきましょう。

内容は、**相手の趣味等、相手が好きな話等**が盛り上がりやすいです。

- ・さらけ出し

相手は警戒してるなか、どんな人なのかが気になります。
人間わからないものを怖がる気持ちがあるので、そこでこのさらけ出しが必要になります。

さらけ出しは自分のプロフィールを話したり、恥ずかしい話、最近あった面白い事等を自ら明かしていく事です。

- ・共感

共感は相手の話を受け入れて共感してあげる事です。
誰しも否定されてうれしい人はいないですからね。



◎ヒアリング

ヒアリングは相手のニーズ、ウォンツ、価値観を知るために、相手の話を聴いていくステップです。

ニーズ：求め。要求。需要。必要。「消費者の一にこたえる」

ウォンツ：ウォンツ（欲求）とは、人間が日常生活を営む上で感じる「満ち足りない状態」（＝ニーズ）を満たすために求める感情。ニーズが具体的に表現された製品やサービスを求める感情。例えば、日曜大工の店で顧客が「1ミリの穴を開けるドリルが欲しい」と言う場合は、ニーズではなく「ウォンツ」である。

《ヒアリングのコツ》

- ・会話のたて掘り、よこ掘り
- ・第三者の話をだす
- ・二者択一を使う
- ・仮説を立てる（言わないけどこう思ってそうだな一等）
- ・お金も時間も制限なければ何がしたいか聞いてみる
- ・相手にどうしてそう思ったのか？興味をもつ
- ・どうしてどうしてと繰り返す（質問攻めにならないように気を付けてくださいね）

他にも様々なものがあるのでできる人に聞きましょう。

《ヒアリングの方向性の一例》

仕事関係：将来やりたい事、本当はしたい事、収入アップ、成績、業績伸ばしたい、いい企業行きたい

人間関係：友人増やし、彼氏彼女、親とのトラブル、上司、先輩、後輩

コンプレックス：人見知り、人信用しない、嫌われる、本音言えない、自立したい

その他：有名になりたい、楽しくしたい、充実させたい

これらは一例です！

大事なものはニーズ、ウォンツを把握してどうしてそう思ったのか？

動機を聞くのが重要です！

そのニーズを聞き逃す方は注意深く、集中して相手の話を聞きましょう。

◎興味付け

出てきたニーズ（ウォンツ）に対して、それを叶えたい、実現させたい、自分でも行けるかと思えるように、話していくステップです。

興味付けのコツは喜怒哀楽をメラビアンから表現すること。
主にマイストーリーとT-upの2つを駆使して興味付けしていきます。

《マイストーリー》

自分の体験談を元に、今までとこれからの自分のしたい事、今までとこれからの自分の心情の変化等を語っていきます。

流れは、**現在→過去→未来→現在**の順に語っていきます。

・現在

今やっている事を話しましょう。

例) 会社員、イベント、自営業、学生

・過去

ダメダメだった自分の過去や、それにまつわる経験談について語ります。

例) いじめ受けてた、引きこもり、勉強できない、もてなかった、だらだら過ごしてた、逃げ癖

・未来

過去の問題や悩みを解決し変化してからできたやりたい事について語ります。

※ある程度社会性のあるものにしましょう。

OK例) 困っている人を助けたい、力になりたい

NG例) 金稼いで豪遊したい、いい車乗りたい

・現在

将来〇〇という夢を叶えるために、現在は〇〇を頑張っています。等
ポイントは**過去と、未来に落差をつけること**です。

その落差で、自分にもできるかもや、この人と同じことしたら、ニーズが叶うかと思えるので、相手も動きやすくなります。

マイストーリーの作り方のポイントは、過去、未来を箇条書きで書き出して、その後つなげていく方法です。
一度作ったら必ず上司、リーダー、メンターに確認しましょう。

《T-up》

商品を提供する相手＋自分自身の価値をあげて紹介するステップです。
その際のポイントは、通常の紹介ではなくその人の価値をあげる紹介をしていきましょう！

聞き手の**聞く姿勢**を作るために効果的なスキルです。

これは日常生活でも活かすことはできます、周囲の良いところはしっかりと褒める人間に人は惹かれるので、実践していきましょう。

実績や、他者視点で思われる人間性について話しておくの良いです。
そのため、今までの実績や、他の人から見て自分がどういう人間なのかを知っておく必要があります。

◎クロージング（テストクロージング）

クロージングは、相手のニーズに合わせて、
それを解決できるサービスがあるから、紹介しようかと提案するステップです。

1.相手の意思を確認します。

ニーズに対して、それを叶えたいかどうか？

叶えるために、サービスを取りいれたいか？等

2.イエスなら、商品説明をすることを御提案をします

※注意点

殿様営業を心がけてください。

OK例「そういう思いがあるなら、サービスの説明しましょうか？」

NG例「よかったら話聞いてみませんか？」

3.提案に関して、相手の意思確認

○の場合（話聞きたい）

日程を決めていきます。

自分のスケジュールの予定が空いている所を提案していく。

※注意点

自分主体に直近で日程を決めること

OK例）〇〇日の〇〇時はいかがでしょう？

NG例）何日が良いですか？等相手に任せてしまう日程決め。

プレゼンテーション

プレゼンテーションはこのような流れで進みます。
事前確認→プレゼンテーション→訴求→クロージング

◎事前確認

今日来た目的の確認、ニーズの確認と、事前に相手の意思を固める時間です。（30分~1時間程度）
ニーズを叶えたいかどうか？
事前に意思確認が大事です。

◎商品説明

プレゼンテーション開始。
ただ資料を使い説明するだけでなく、
相手の反応（聞いているか？理解できているか？）を確認しながら説明をしていくこと。

◎訴求（めっちゃ大事）

意味：「相手にして欲しい行動を伝えること」
説明を終え「〇〇さんの問題解決になりますので契約してください」
この一言が言えるか言えないかで「契約に至る、契約に至らない」
大きく左右します。

提供する側は「言い切る」ことが秘訣です。
自分自身が商品に対して自信を持って提供しなければ相手には伝わりません。
もちろん「買う、買わない」を決めるのはお客様自身ですが、営業マン自身が可能性を信じて提供をしていきましょう。

※注意点

「購入しない」と決めてる人に対して訴求をしてしまうと「押し売り」になり、自分の扱う「会社、サービス」の価値を落としてしまいます。
なので、買わないと決めたお客様には訴求はしないでください。

クロージング

クロージングの目的はお客様の不安の解消、契約対応に入ることです。

※注意点

買わないと決めているお客様にクロージングをしないでください。

「すぐやります」と言わない限り何かしのネックがあるはずなので何がネックになっているのか？を聞き出しましょう。

◎確認する第一の役割

商品の説明を聞いて「購入したいor購入したくない」の確認になります。

ここで「購入してみたい」という意思はあるがなかなか一歩を踏み出せない人に対して、どういったネックがあるのか？を営業マンは把握します。

例)

購入したいが、金額を支払っていけるのか？と不安がある
欲しいが他の商品と比較をしてみたい

出てきたネックに対して、お客様に安心してご購入いただけるようにネックに対しての解決する事をお伝えしましょう。

もしわからない、自分ではその問題を解消できないと判断したら上司、教えていただいている人に聞いて正しい情報をお客様に伝えるようにしてください。

ネックが解消されることで安心してご契約していただけます。



フォロー

フォローにしすぎはありません！！

飲みフォロー、お茶フォロー、電話フォローetc..

基本、フォローは48時間以内！！！！

※人間心理は48時間で変わります。48時間後には、なぜ自分がやろうと思ったのかを忘れてしまうので、思い出させてあげなければいけません。

◎成約の後のフォロー

購入していただいたお客様には1日でも早くサービスを受け、体験していただき、確信・自信を持たせてあげることがフォローになります。

- ・見せる（会社・資料・写真・HP等）
 - ・聞かせる（購入してよかった人の話・セミナー他）
 - ・会わせる（会社関係者・コンサルタント他）
 - ・イメージさせる（悩み解決した未来、夢・成功・将来の自分）
- ※フォローは毎月2回は会うかメールか電話すること。



最後に

こんな経験ありませんか？

- ・セールススキルを学びたいが、何を学んだらいいのかわからない
- ・売上を上げることで、何としても認められたい
- ・知識や資格ではなく、実際に仕事で役に立つスキルを身につけたい
- ・セールスに苦手意識を持っているが、得意に変えたい
- ・人見知りでも出来るセールスを身につけたい

セールスは座学で学んだだけでは成果に繋がりません。

営業力が身につくとどうなる？

- ・コミュニケーション能力が身についた！
- ・ロジカルな会話ができるように！
- ・自己分析を自然にするようになった！
- ・達成感ややりがいを感じられるように！
- ・評価が上がり、給料アップにつながった！
- ・スケジュール管理が得意になり、時間が増えた！
- ・数をこなすようになり、メンタルが強くなった！
- ・分析力が上がり、数字に強くなった！
- ・紹介される力がついて人脈が増えた！

結論と言えることは、どんな職業・職種の方、誰にでもセールス力は必須項目であるということです。
あなたもチャレンジしてみては。

毎月限定30名！
まずは無料カウンセリングへ



※お申し込みは公式LINEよりお問い合わせください。

セールスジム公式LINE

連絡先

セールスジム
愛知県名古屋市中区大須二丁目10-45
大須ステーションプラザビル 6F

公式LINE：<https://lin.ee/uiXMZZo>
HP：
<https://miraibasemail.wixsite.com/my-site-7>