

「売ってください」と言われる方法-交流会で売上アップする方法② はやぶさ2・626号
2023年11月11日(土)

*売れない時代に売る方法があります！

%company%

%free1%

%free2%

%name_sama%

■■売れない時代に売る

-異業種交流会を使って売上を上げる方法！

- ◆第1回 異業種交流会は宝の山
- ◆第2回 「売ってください」と言われる方法
- ◆第3回 どう売るか、それが問題だ
- ◆第4回 毎月安定的に案件 Get する方法

~~~~~序文~~~~~

時代は変われど、ビジネスにおける「売上」の重要性は変わりません。

しかし、昨今の激しい市場競争と変化の速さは、

多くの企業にとって売上を上げることを一層困難にしています。

そんな売れない時代にあえて売るための策として、異業種交流会が注目されています。

今回のシリーズでは、

異業種交流会を使った売上向上のメソッドについて掘り下げていきます。

~~~~~本文~~~~~

◆第2回 「売ってください」と言われる方法

ビジネスの成功には適切なネットワーキングが不可欠です。

特に異業種交流会は、新しいビジネスの機会を見出すための重要なプラットフォームとなり得ます。

しかし、ただ交流会に参加するだけでなく、交流会で最大の効果を発揮すべく

「売れる構造」究極はお客様から「売ってください」と言われる構造を作っておくことが重要です。

そのためには売れる交流会に参加するために交流会の選択基準を明確にし、

自社の「圧倒的なウリ」を確立して交流会に臨むことが、その鍵になります。

1. 異業種交流会の選択基準

異業種交流会を選ぶ際の基準は以下のポイントに注意しましょう。

1) 客層の適合性

業種・規模: 自社の製品やサービスに関連性の高い業種、
またはターゲットとしている企業規模の参加者がいるかどうかを確認します。

異業種交流会は、ただ多くの人が集まる場所ではなく、
実際にビジネスチャンスをもたらす可能性のある相手がいるかが重要です。

2) マインドの一致

参加者の思考や文化が自社と合致するかどうかも重要なポイントです。
親しみやすい人が多く、自社のビジネス哲学や価値観に共感してくれるような
会員が多い交流会が理想的です。

3) 競争の状況

どれだけのライバル企業が存在し、
それらの企業がどの程度の強さを持っているかを把握することが重要です。

競争が激しい環境では、差別化戦略が必要になります。
努力せずそういった環境に参加できることが理想です。

また、自社がその分野でどのように立ち位置を確立できるかを考えることも大切です。

4) 紹介者の質

紹介者がどのような人物かも、その交流会に参加するかどうかを選択において重要な要素です。

面倒見が良く、その分野で影響力を持つ人物であれば、

より価値のあるつながりを築くことができるでしょう。

また、交流会内での地位が高い人物からの紹介は、信頼性や威信を高めます。

5) 交流会の効果的な使い方

(1) 三角貿易

異業種交流会を単独で利用するのではなく、複数の交流会を跨いで関係性を構築する戦略です。

これにより、さまざまな業界の人々とのつながり、幅広いビジネスチャンスを得ることができます

が、それだけでなく、交流会はそれぞれ独自のネットワークを持っており

所属している会員が異なっていることに着目すると

異なるネットワークのビジネスパーソンを結び付けることにより

大きなシナジー効果を生み出せる場合があります

そのことにより結び付けた当事者から感謝され、

お返しとして紹介を得やすくなる効果が得られます。

(2) 仕事獲得の戦略

異業種交流会は、仕事を求める人たちが集まる場所です。

ここで重要なのは、相互のニーズに応えることです。

自社の提供できる価値をまず相手に与え、それに応じて仕事を獲得する姿勢が大切です。

(3) クロージングまでの仕組み

リードを獲得し、そのリードを効果的に囲い込み、

最終的に成約に結びつけるためのシステムを確立する必要があります。

これには、インサイドセールスやマーケティングの技術が求められます。

(4) 紹介営業（リファーマルマーケティング）の仕組み

自社の製品やサービスだけでなく、他社の製品やサービスを紹介するシステムを持つことも重要です。

これにより、より広範なビジネスネットワークを築くことができ

お返しで多くの紹介をもらえる構造が作れます。

2. 圧倒的なウリの創造

1) USP の準備

USP とは、自社の製品やサービスが競合他社と異なるユニークな特徴です。

これを明確にすることで、市場での自社の位置付けを強化できます。

また、複数の USP を持つことで、さまざまな顧客のニーズに対応することが可能になります。

目の前にいる見込み客のニーズに合わせて、最適な USP を選択し説明することで

制約の確立を高めることができます。

これには、市場調査や顧客のフィードバックが不可欠です。

2) 「圧倒的なウリ」の構築

(1) 「圧倒的なウリ」と効果

「圧倒的なウリ」とは、市場において自社が持つ、

他社と比べて圧倒的に優れたポイント=コンセプトのことです。

これを持つことで、顧客の意思決定に大きく影響を与えることができます。

(2) 「圧倒的なウリ」の3つの構成要素

◆高い費用対効果（コスパ）

対象の自社商品やサービスが提供する、顧客にとっての具体的な利益を
数値や比喩などを使い明確に示します。

◆効果的な売り文句

要はキャッチコピーです。

商品やサービスの特徴を明確かつ魅力的に伝えることができるかどうか重要です。

これはマーケティングや広告において中心的な役割を果たします。

◆信頼性（証拠）

顧客に対する信頼を築くための要素です。

これには、お客様の声、成功事例、実績、資格、権威からの推薦、理論、掲載情報
などが含まれます。

3) 自己PRの重要性

自社や製品、サービスの魅力を効果的に伝え、記憶に残る存在になることが非常に重要です。

また業種によっては、成熟産業で商品がどこも似たり寄ったりであったり

法律や規制などで表現が制限されたり、商品の違いが出しにくかったりする場合があります。

そのためには、社長やセールスパーソン自信を差別化する必要があります。

まずは目立つこと、最終的には、ストーリーテリングやブランディング戦略が効果的です。

3.まとめ

効果的な異業種交流会の選択と「圧倒的なウリ」の創造は、ビジネス成功のための重要なステップです。

適切な交流会を選択し、自社の強みを際立たせることで、新たなビジネスの可能性を広げることができます。

これらを戦略的に行うことで、ビジネスの展開が大きく変わることでしょう。

自社の強みを明確にし、効果的な交流を通じてビジネスを拡大しましょう。

執筆：(株)I&C・HosBiz センター はやぶさ編集長 岩下 一智

いかがでしたでしょうか？

次回は、

■■売れない時代に売る-異業種交流会を使って売上を上げる方法！

◆第3回 どう売るか、それが問題だ

をお送りいたします。お楽しみに！

~~~~~  
■参考図書■Amazon 電子書籍

### 合本主義「義利合一」の時代がきている

<https://www.amazon.co.jp/dp/BOCB9M6D2T>

\*著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

~~~~~  
本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。

heart_gaia_gi@hosbiz.net

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を続けていきますので、重ねてご支援ご鞭撻を  
よろしくお願ひします。

◆次号 第627号 23・11・17(金)は、

■■売れない時代に売る-異業種交流会を使って売上を上げる方法！

◆第3回 どう売るか、それが問題だ

を、お送りいたします。

なお内容は予告なく変更する時がありますので、ご承知ください。

■LittleBiz 企業・中小企業で働く人々や、経営者が幸せでなければ、

私たちは「世のため・人のため」になれない。

とクルー一同尽力しております。

■平本靖夫、50年の経営支援家人生の集大成 第1弾！

## 『合本主義「義利合一」の時代がきている』

Amazon kindle にて発売中！！ 2000円

<https://www.amazon.co.jp/dp/BOCB9M6D2T>

◆『合本主義「義利合一」の時代がきている』は、読み物として書いたのではなく、人生をいかに生きるが、ビジネス活動はどうすれば良いかの指針であり、「教本」ですので、内容をより理解していただくために、ZOOM 講義を、10月より開催いたしておりますので、よろしくお願いします。

### ■ZOOM 講義 & 勉強会のご案内■

\*下記にてご案内します。ご期待ください\*

★購入していただいた方は、ご招待いたします。

第 5 回:11 月 16 日 (木曜日)・18:30～20:30

### 激変する金融機関と経営会計の実務

国際金融システム「NESARA/GESARA/JESARA」の話題にもふれます。

## notes

説明:・開講の目的&オリエンテーション 理念経営とは自分も他人も幸せになる

[https://rinenkeieishi.net/archives/data/mls723lpdf\\_1\\_201.pdf](https://rinenkeieishi.net/archives/data/mls723lpdf_1_201.pdf)

これを機会に是非お求めください

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。

では、また次号で元気にお会いしましょう！

---

◆発信日・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・Captain 平本靖夫

◆編集長・・・岩下一智・(株) I&C・HosBiz センター 執行役員  
マーケット・クリエイター(MRC)・・・CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

ご愛読ありがとうございます

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

◆はやぶさ・に関するお問い合わせ・質問は

メールアドレス：kazu\_zohan@hosbiz.net

発行責任者：Captain 平本靖夫、

編集長：岩下一智 MRC