

営業を楽しくするために、効果の出るやり方を作ってそれに集中しましょう。

%company%  
%free1%  
%free2%  
%name\_sama%

◆「大企業ではないから売れる」営業をつくる 営業実務3回シリーズ

大企業に負けない！！  
スモール企業だからこそその営業術！

限られたリソースを最大限に活用し、  
顧客に選ばれるための実践的なスモール企業ならではの独自の手法を解説

- ◆第1回 成果を上げるための営業とは？  
—小企業の営業は大企業とは違う—
- ◆第2回 どこに営業に行く？  
—「アポ」が取れる仕組みを作る—
- ◆第3回 「どうか売ってください」と言わせたい  
—“売れてしまう”状況に持っていく—

~~~~~

◆第1回 成果を上げるための営業とは？

「小さな企業、大きな成果。スモール企業が実現するための営業戦略とは？」  
シリーズ第1回目の今回は  
大企業と異なる視点からスモール企業の営業手法を解説します。

【目次】

- ▶営業はつらいよ
- ▶営業の泣き所
- ▶じゃあどうすればよい？
- ▶どこに売る？
- ▶“自然と売れてしまう”プロセスの構築が必要
- ▶フレキシビリティと迅速な意思決定
- ▶“信用”の下駄をはく
- ▶見切り千両…だが捨てない

▶重要なのは“迷わず”やりぬくこと

▶営業はつらいよ

スモール企業にとって、営業は一筋縄ではいかないものです。  
大企業のような潤沢な資源やブランド力に頼れないため、  
自らの足で顧客を探し、関係を築く必要があります。

これは、多くのスモール企業にとって、大きな挑戦であると同時に、  
独自の強みを活かす絶好の機会でもあります。

大企業が持つリソースに対抗するのではなく、  
スモール企業だからこそできるアプローチを模索することが求められます。

このシリーズでは、スモール企業が持つ独自の強みを最大限に活かし、  
自社の特性に合わせた独自の戦略を構築する、  
成功するための具体的な手法を解説します。

▶営業の泣き所

スモール企業の営業が抱える課題は多岐にわたります。  
まず、リソースの制限が大きなハードルです。

営業に専念できる人材が少なく、  
多くのスタッフが複数の役割を兼任していることが多いです。  
だから社長が納期に追われて現場をこなしながら営業もする、

ゆえに時間がなく戦略や仕組みの構築ができない！  
といった落とし穴に陥り、効果的な営業ができない結果になりがちです。

また、市場での知名度の低さも問題です。  
まず自分が何者か、説明するところから始めないといけないし  
そもそも「アポ」が取れません。

スモール起業では大企業のようなブランド力がないため、  
顧客からの信頼を得るのに時間がかかります。  
競争相手が多い市場では、スモール企業が目立つのは難しいです。

さらに、使えるメソッドが少ないのが現実です。

世の中にあるマーケティングやセールスの手法の多くは大企業向けに開発されています。そのため小企業が MBA など学ぶ戦略や手法を使っても効果が出ません。大失敗に終わり資本蓄積の少ない小企業では下手すると大打撃を受けてしまいます。

小企業は大企業のようにリサーチだ、プロセス構築だと悠長に時間や人で、お金をかけていけないのです。

小企業は大企業の営業手法をそのまま模倣するのではなく、マーケティングで言えば DRM(ダイレクト・レスポンス・マーケティング)や身内マーケティングのように本当に効果のある実践的な戦略、戦術を採用すべきです。

#### ▶じゃあどうすればよい

小企業が大企業と同じ土俵で戦おうとするのは得策ではありません。そこで重要なのは、独自の戦略を持つことです。

例えば、フレキシビリティと迅速な意思決定は小企業の大きな強みです。これを活かし、顧客のニーズに迅速に対応することで、競争相手との差別化を図ります。

また、顧客との深い関係を築くことも重要です。小企業は、大企業に比べて顧客との接点が多く、個別対応がしやすいという利点があります。

この利点を活かし、顧客の信頼を得ることで、長期的な関係を築くことができます。

#### ▶どこに売る？

小企業が成功するためには、専門性とニッチ市場に焦点を当てることが有効です。

人件費が高く多額の投資を行う大企業だからこそ手を出しにくい、小規模(2億円以下の市場に大企業が入ってくることは、まずありません)で商品、地域、客層の3つの要素で絞り込み、特定のニーズを持つ市場に狙いを定め、専門的な知識やサービスを提供することで、確固たる地位を築くことができます。

ニッチ市場では、競争相手が少ないため、小企業が優位に立つことができます。

専門性を活かすためには、特定の分野に特化した知識やスキルを持つことが重要です。例えば、特定の業界に特化した製品やサービスを提供することで、

その市場でのリーダーシップを確立することができます。

また、ニッチ市場では、顧客との深い関係を築くことが容易です。

顧客のニーズを理解し、個別対応することで、信頼関係を築きやすくなります。

このように、商品、地域、客層の観点から専門性とニッチ市場に焦点を当てることで、  
スモール企業が大企業に負けない強力な営業戦略を構築することができます。

▶“自然と売れてしまう”プロセスの構築が必要

スモール企業が持続的に成功するためには、

自然と売れてしまうプロセスを構築することが重要です。

これは、

Step1.人間関係構築

Step2.「お困りごと」または「夢」の深堀り

Step3. 解決策(商品)の提示

Step4. プレクロージング

Step5. 反論処理

Step6. クロージング

で達成されます。

また、失注者に情報発信を通じて啓蒙し、セールスにつなげていたり、

購入者に「アップセル」や「クロスセル」をするための、“囲い込み”も欠かせません。

顧客が再度購入したくなるような、役に立つ情報や優れたサポートを提供することで、  
自然と売れてしまう状況を作り出すことができます。

また、口コミや紹介営業を活用することで、新規顧客の獲得も容易になります。

このように、自然と売れてしまうプロセスを構築することで、

スモール企業は持続的な成功を収めることができます。

▶フレキシビリティと迅速な意思決定

スモール企業の最大の強みの一つがフレキシビリティと迅速な意思決定です。

大企業のように多層的な承認プロセスがないため、

顧客の要望に素早く応えることができます。

これは、顧客満足度を高める大きな要因となります。

例えば、顧客からの要望に即座に対応し、提案内容を迅速に変更することで、顧客の信頼を得ることができます。

さらに、フレキシビリティを活かすことで、新しい市場やビジネスチャンスにも迅速に対応することが可能です。市場の変化に敏感に対応し、新しいトレンドに迅速に適応することで、競争相手よりも早く市場にアプローチすることができます。

「ルール」や「一回決めたこと」にこだわりすぎることなく、“君子”は“豹変”してください。

また、スモール企業は、従業員全員が営業活動に関与しやすい環境を持つため、全員が一致団結して迅速な意思決定を行うことができます。このように、フレキシビリティと迅速な意思決定を活かすことで、スモール企業は大企業に負けない競争力を持つことができます。

#### ▶“信用”の下駄をはく

“信頼”はもともと非常に重要ではありますが、ブランドの無いスモール企業の営業においてさらに重要です。

既存の顧客やビジネスパートナーからの紹介営業は、信頼性を補完し、新しい顧客を獲得する強力な手段となります。紹介営業は、既に信頼関係が構築されている顧客からの推薦に基づくため、新規顧客の獲得がスムーズに進みます。

また、紹介による新規顧客は、初期から高い信頼を持って接してくれるため、契約成立の可能性が高まります。

さらに、アライアンスを組むことで、互いの強みを活かし合い、成約の可能性を高めたり、より広範な市場にアプローチすることが可能です。

例えば、師業(先生や医師、整体師など)や士業(弁護士、税理士など)の先生など、専門家をネットワークしておいて、必要としている見込み客に紹介することで紹介を受けた見込み客、紹介した専門家双方から“感謝”され成約確率を上げたり、紹介をもらうことができたりします。

また、アライアンスを通じて、リソースや情報を共有することで、コスト削減や効率化を図ることができます。

特にJV(ジョイントベンチャー)と呼ばれる「見込み客」の相互紹介は、非常に効果的です。

このように、紹介営業とアライアンスを活用することで、  
スモール企業はより多くの顧客にリーチし、営業活動の成果を上げることができます。

▶見切り千両…だが捨てない

スモール企業が成功するためには、顧客との深い関係を築くことが不可欠です。

短期的な利益を追求するのではなく、長期的な信頼関係を築くことで、  
安定した収益を確保することができます。

それには顧客の意見を尊重し、フィードバックを活用することで、常に改善を図り、  
顧客満足度を高める努力を続けることが重要です。

一方スモール企業はリソースが足りません。

成約可能性の低い見込み客に割く時間はないのです。

つまり、“そのうち客“はできるだけ早く切り捨てるべきなのです。

ではこの二重反律に対してどう対処すればいいのでしょうか？

顧客との関係を深めるためには、定期的なコミュニケーションが欠かせません。

が、実はコミュニケーションは“質”×“量”なのです。

“質”が落ちてても“量”でリカバリーがかなりの部分できるのです。

例えば、重要顧客や見込み客に対しては電話や訪問で対応し、

そうでない顧客や見込み客に対しては定期的な情報発信などのフォローアップを通じて、  
顧客の満足度を維持し、啓蒙していけばいいのです。

現在はSNSが発達していますので、これらを活用し

顧客ランクに応じた適切な手段で顧客や見込み客との深い関係を築くことで、

スモール企業は長期的な成功を収めることができるのです。

このように、スモール企業が営業で成果を上げるためには、

独自の戦略とフレキシビリティを活かし、顧客との深い関係を築くことが鍵となります。

▶重要なのは“迷わず”やりぬくこと

スモール企業における営業の成功は、確固たる信念と一貫した行動にかかっています。

大企業のように多くのリソースや知名度に頼ることができないため、限られたリソースを最大限に活用し、明確なビジョンを持って行動することが求められます。「スピード」こそ命なのです。そのためには、リサーチやテストが不十分な中“迷わず”やりぬくことが重要です。

もちろん、「走り」ながら徹底的に「PDCA」を回し科学的な営業を構築すべきですが何よりも困難に直面した時にも揺るがない決意と、一貫した努力を続ける姿勢が重要です。

いかがでしたでしょうか？

次回は、

◆第2回 どこに営業に行く？

—「アポ」が取れる仕組みを作る—

をお届けいたします。

どうぞ、お楽しみに！

それでは次回、またお会いしましょう。

著 者：(株)I&C・HosBiz センター

編集長：岩下 一智 MRC

~~~~~

■参考図書■Amazon 電子書籍

渋沢栄一翁の 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](mailto:heart_gaia_gi@hosbiz.net)

~~~~~ZOOM セミナーの予告~~~~~

「紹介&提案・ZOOM セミナー」(無料)

## 「運を呼び込む人の成功鉄則」

企業を次世代・次々世代まで継承して100年企業を旨すには！！

今は小規模企業であるが

【売上高:10億円以上・従業員:20名】越えを目指す社長にお勧めです。

経営者自らも「ワクワク」して企業経営を実戦し、  
従業員をはじめとするステークホルダーだけでなく  
「地域にも貢献する」経営を構築する方法についてお話いたします。

### ■テーマ：

「運を支配する人の成功鉄則」 事例をもとに解説します

#### ①「成長力と収益力」をつけるための「3つのポイント」

\*50年間500社の経験知から、貴社の体質に合った対策案を伴走型で支援・実現します

#### ②「伴走型経営支援」の実戦例＝コロナ禍4年間の赤字から、

中小企業への「進化・発展・持続」の道を前進中の印刷業

#### ③「理念経営道」の経営計画の策定と実戦のポイント

\*50年後・100年後をめざして

### ■参加費：無料

■日時：24年07月08日(月) 16:00～17:30

\*お申込みは「 <https://reserva.be/hosbizcenter>」にて

~~~~~  
バックナンバーは下記のURLを確認してください。

[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)

~~~~~ 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  
よろしく申し上げます。

次回、第655号は

◆「大企業ではないから売れる」営業をつくる 営業実務3回シリーズ

大企業に負けない！！

スモール企業だからこそその営業術！

限られたリソースを最大限に活用し、

顧客に選ばれるための実践的なスモール企業ならではの独自の手法を解説

◆第2回 どこに営業に行く？

—「アポ」が取れる仕組みを作る—

を 24・6・21(金)にお届けいたしますので、  
楽しみにしててくださいね。

なお内容は予告なく変更する場合がありますので、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>

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>

\*お問い合わせは「<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>」まで

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