

JAIRO

**Zoom営業で営業マンの生産性を
高めて下請け脱却を実現させる！**





渋谷 雄大 (しぶや たけひろ)

ジャイロ総合コンサルティング(株) 代表取締役社長
売らない販促コンサルタント 中小企業診断士

【経歴】

神奈川大学卒業後、訪問販売会社にて最年少トップセールスを樹立。その後、サプリメント専門チェーン事業部門の責任者として、ショッピングセンター・百貨店などへの出店戦略をはじめとして、人材育成、プロモーション・広報などを一手に引き受け多店舗展開を達成する。しかし、同社が倒産。責任者としてサプリメント専門チェーン事業の譲渡交渉を担当し、サプリメント専門チェーン事業を自然派化粧品会社への譲渡成功に導く。また、自然派化粧品会社では生涯顧客化、ファン育成の実践ノウハウを獲得。自然派化粧品会社を退職後、WEBを活用したプロモーションを実践、現在は営業強化、店舗戦略、人材育成、販売促進、Webコンサルティングなど幅広い分野でコンサルティングを行う。講演数は年間150回を超える人気講師である。中小企業診断士。



 Eight

【お問い合わせ先】

ジャイロ総合コンサルティング(株)

〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町3-43-2 山名ビル

TEL.03-3808-2241 FAX.03-3808-2243 E-mail.consult@jairo.co.jp

URL : <https://jairo.co.jp>

オンライン営業の実践

オンライン営業の推進！！

中小企業大学校広島校「営業交渉術研修にてオンライン営業実習」



マスクでは目元で笑顔をつくる

日本は、表情を読み取るさいに目元を重視しています。
欧米では、口元を重視してみています。目元対策が重要となる。



日本笑顔推進協会より <https://j-egao.net/smile-memoto/>

“うなづき”を使ってリズム同調を促すべし。

※オンラインの場合は、声は出さずにうなづき重視
→音が聞こえにくくなるため

ビデオ通話が盛り上がらない原因は？減る「うなづき」と「ジェスチャー」

ビデオ通話は、パソコンやスマートフォンを使い、離れた人達と映像や音声で簡単につながることができる便利なコミュニケーションの方法です。しかし、なぜか「議論が深まらない」「盛り上がらない」といった声があります。実はその大きな原因の一つが、ビデオ通話を行うパソコンなどの構造にあります。それは「画面」と「カメラ」が違う位置にあること。相手の姿を見ようと「画面」を見ると「カメラ」が見られず、互いの目線があわないのです。このことによって、コミュニケーションにおいて大事な2つのものが失われていることが分かりました。

1つ目は「うなづき」。相手に同意を伝えたり、会話のタイミングをはかる仕草です。目線が合わずアイコンタクトができないと、ビデオ通話ではうなづきの数が大きく減ることが実験で分かりました。2つ目は「ジェスチャー」。私たちが頭の中で言葉を探したり、流暢にしゃべることを助ける力です。これも、相手のジェスチャーが見えなかったり目線が合わなかったりすると、自然と少なくなってしまうのです。

<https://www9.nhk.or.jp/gatten/articles/20201111/index.html>

オンライン名刺で名刺交換 (Eight)

オンライン名刺交換



渋谷雄大
ジャイロ総合コンサルティング株式会社
取締役社長 中小企業診断士
[オンライン名刺プレビュー >](#)



JAIRO 株式会社
ジャイロ総合コンサルティング株式会社
取締役社長 中小企業診断士
渋谷 雄大
Takehiro Shibuya
TEL 03-3808-2241

オンライン名刺をシェア
URLやQRコードをシェアして、あなたの名刺情報を相手に届けましょう。

URL	https://8card.net/virtual_cards/S6hxHlq2OVjgmVZngfdbg コピー
QRコード	 ダウンロード
バーチャル背景	QRコードや名刺情報が入った、オンライン商談用のバーチャル背景をダウンロードできます。 オンライン商談用バーチャル背景 >

[QRコードとURLを更新する](#)



JAIRO
ジャイロ総合コンサルティング

取締役社長
渋谷 雄大
Takehiro Shibuya



Eight

雑音対策は必須！！Krisp（雑音除去サービス）+防音シールド

krisp

[デモを見る](#) [プラン・料金](#) [↓ 無料でダウンロード](#) [サインイン](#)



**Krisp (クリスプ) で、
通話中のノイズが無くなる**

 [無料ダウンロード](#)

[Windowsユーザーはこちら](#)



ライティングの基本

引用元 <https://liginc.co.jp/189489>

レンブランドライティング（男性）

被写体の上45度、左または右45度の位置から光を当てることで、顔に絶妙な陰影が生まれ、立体感が強調されます。重厚な印象になるライティングなので男性に有効なライティング方法です。



バタフライでは被写体の正面から打ち下ろすように光を当てます。鼻の下にできる影が蝶のような見えることからバタフライ・ライティングと呼ばれます。

バタフライライティング（女性）

オンライン営業必須ツール

【マイク】10,800円
audio-technica ATR2100x-USB

【カメラ】

ロジクール StreamCam C980OW 14,800円
または
Anker PowerConf C300 7,990円

※USBタイプCのためUSB-Aの方は変換器

Satechi Type-A (オス) to Type-C (メス) 変換アダプタ

【照明】 ※現在お持ちのものがあれば、ほかの照明でも問題ありませんが光量を確保できるもの。また暖色系の色味を出せる調光可能な照明。

Neewer 2パック 調光可能な二色480 LEDビデオライトとスタンドライティングキット 14,800円



AAR（アフターアクションレビュー）

「AAR（アフターアクションレビュー）＝事後検討会」という自主的討議で、ベトナム戦争以降に、陸軍のあらゆる階層（レインジャー・デルタフォース・海兵隊）で戦闘や訓練を振り返るために実施されるようになった。

兵士は階級に関係なく自由に参加でき、発言が認められている。記憶が鮮明なうちに開いて、特定の活動における組織の強みと弱みの双方をあぶり出していく。

AAR検討会議のポイント

- 1 作戦や訓練の最中もしくは直後に開催する
- 2 階級を問わず部隊の誰もが自由に参加できる
- 3 相手の意見を引き出すような質問を心がける
- 4 部隊の強みと弱みを見極めることが目的なので批判はしない
- 5 作戦が成功したか、失敗したかという評価はしない

整理し事後に備える

1. そもそも我々何をしようとしていたのか？
「今回の目標」
2. 実際には何が起きたのか？
「達成状況、いったか、いかなかったか？」
3. なぜそうなったのか？
「いった、いかなかったにおける原因は何？」
4. 次があるとしたら、どのように改善するか？
「次回の販売促進の改善ポイントはここ！」

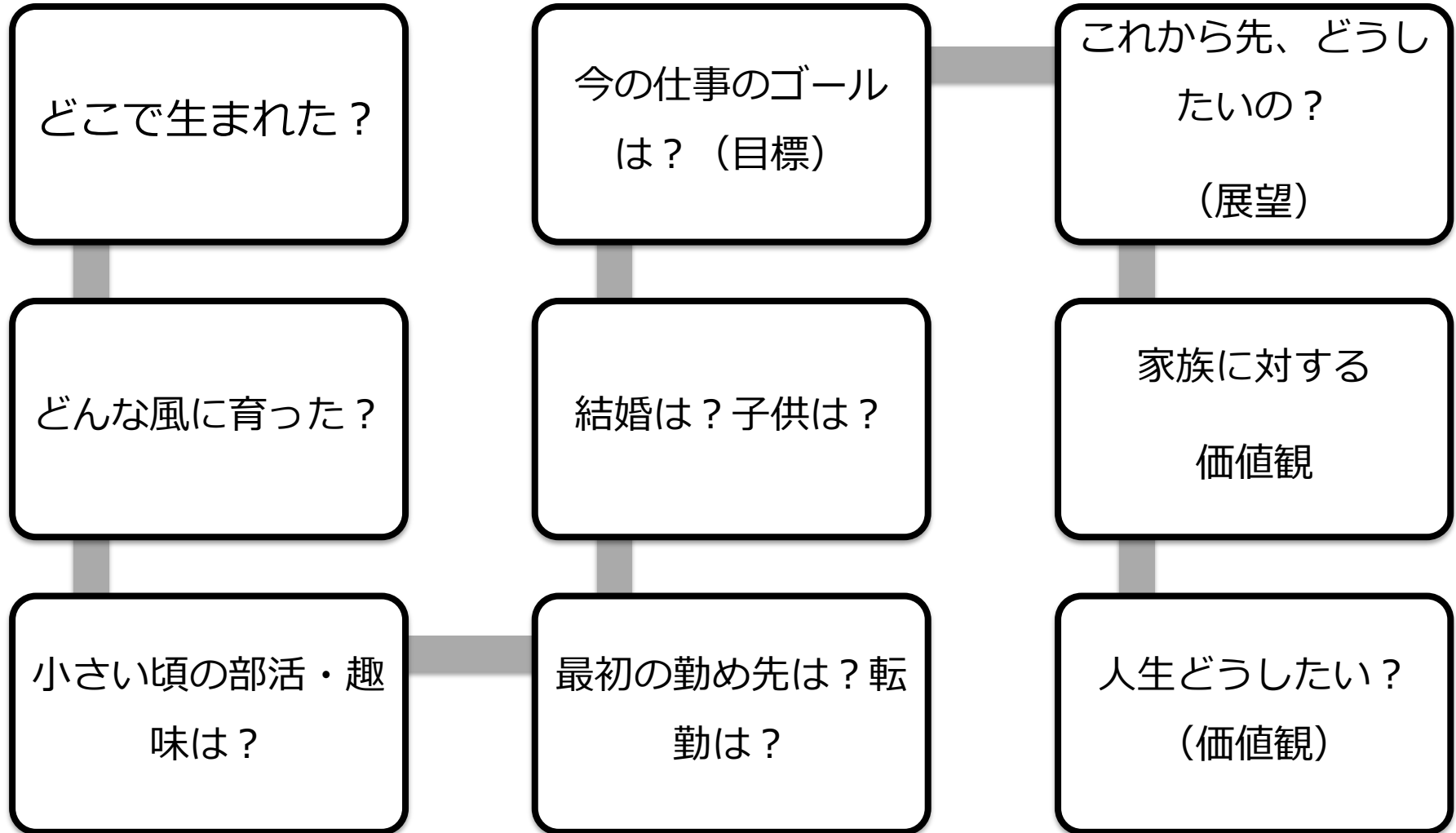
AAR（アフターアクションレビュー）で営業力を強化する。

■ 営業成功例と失敗例を共有してみよう！

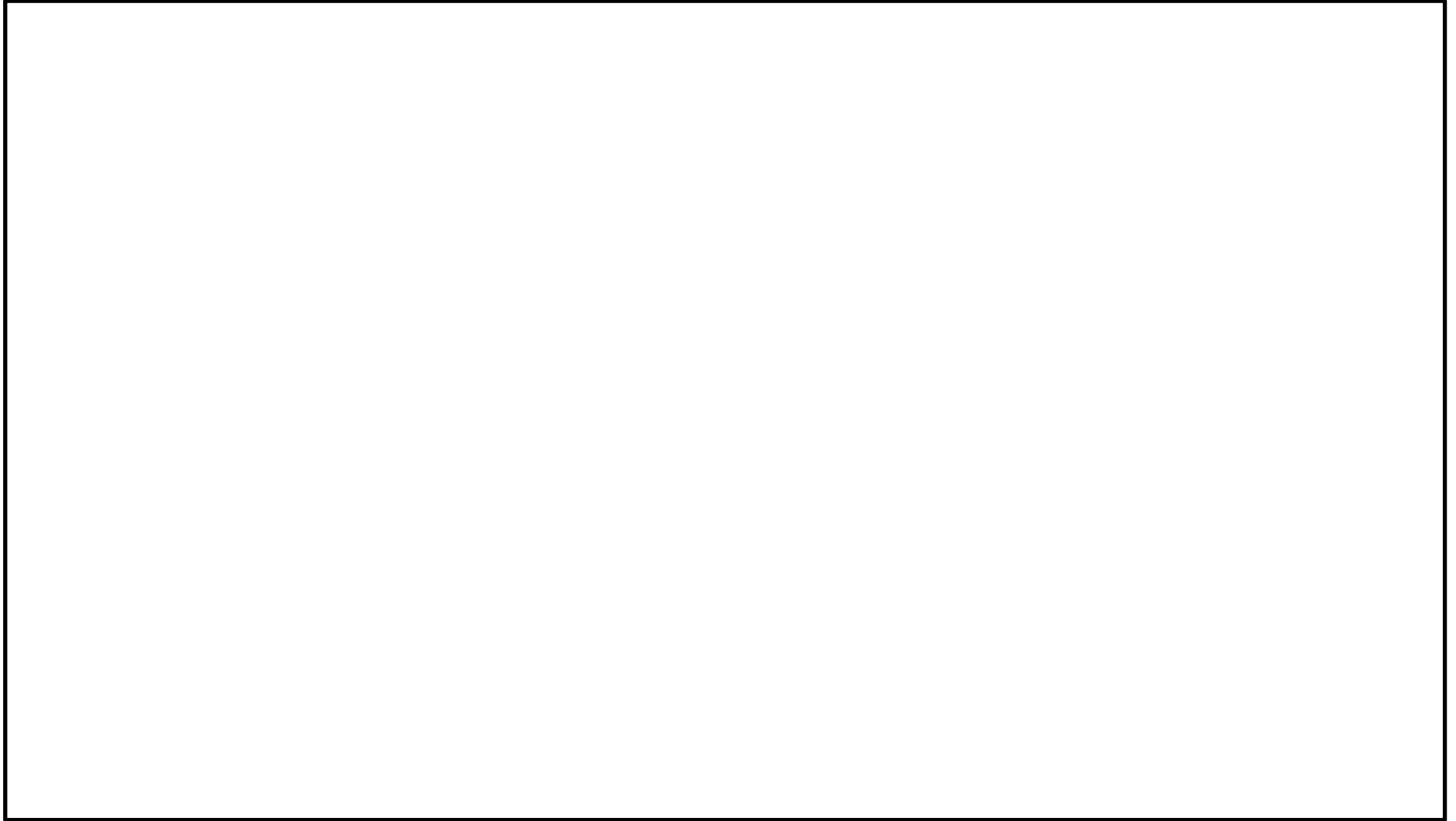
成功と失敗例	どんな取り組みをした？	そのとき何が起こった？	なぜそうなった？	次同じ状況ならどう改善する？

相手の気持ちを深掘りする会話（質問）の流れ

SNSや動画で伝える自分のストーリー



親の職業情報がキーポイントとなる



DX時代に考えるべき3つの営業戦術の組み合わせ

次頁以降の対面・Zoom・動画を組み合わせた営業スタイルが肝となる。

	時間	距離
直接対面でのじっくり営業	×	×
Zoomでの初期営業	×	○
動画・メールでの情報提供	○	○

ジャイロのオープンスペース活用

- ジャイロ総合コンサルティングでは、創業スクールの個別相談をoVice上に設置しております。受講者間での交流やミニセミナー、個別相談会の実施など随時開催中。
- Zoomによるオンラインセミナーだけでは、コミュニケーションが不十分だと感じている方に向けた新サービスとなっております。



- 受講者間の日々のコミュニティスペースとして活用
- 受講者のみなさま同士が開催する勉強会としてのスペース活用
- 創業スクールの個別相談会の実施

バリューチェーン（動画営業）

動画を組み合わせることで効率的営業に繋がる。



当社でも新人教育に動画を活用！！

研修アドバイザー【スタートアップ動画】

4本の動画・82回視聴・最終更新日: 2021/05/14

限定公開 ▾

研修アドバイザーとして活動する前に必要となりますので確実にご視聴ください。

並べ替え

- 【ジャイロの仕事と心構え】研修アド業務説明①大木ヒロシ
JAIRO 総合コンサルティング 公式YouTubeチャンネル
34:34
- 【職務記述書・規定とルール・業務の流れ】研修アド業務説明②渋谷雄大
JAIRO 総合コンサルティング 公式YouTubeチャンネル
28:48
- 【請求関連（概説）】研修アド業務説明③-1室橋公代
JAIRO 総合コンサルティング 公式YouTubeチャンネル
11:52
- 【請求関連（使用ツールの説明）】研修アド業務説明③-2室橋公代
JAIRO 総合コンサルティング 公式YouTubeチャンネル
3:18

商圈崩壊でマーケティングが変わった！

■ 商圈崩壊でマーケティングが

(変わり者 = オタクを狙える時代)

- オンライン化で世界を相手にビジネス可能
- 変わり者を商売にできる時代
- 薄利多売からの脱却 (適利小売時代)

■ 変わり者 = オタクマーケティングのメリット

- 適正な価格で購入 (適正価格での販売)
- ファン化 (固定客化しやすい)
- クチコミが広がりやすい

近隣県にクチコミをどう広げるか？

- 隣町（隣県）から「噂を聞いてきました。」をどう作るか？
- 噂を広げるための販売促進策や商品戦略を考える。
- 噂を広げるツールが、SNSなどのネットの役割となる。
- 噂を広げるための条件とは？

4Pの順番が変わってきている

■ 従来型「商品・価格 ▶ 顧客・販売促進」

- 人口が増えている時代は、商品・サービスを作れば売れていた。
- 商店街には、豆腐屋・雑貨屋など業種を主体にした店が多かった。

■ 現在「顧客・販売促進 ▶ 商品・価格」

- プロモーションコストが低くなった今、売れる可能性を見つけ出すことが最優先となる。
- 売れる可能性から商品・サービスのアレンジを行うことで低リスクのビジネス展開が可能となった。

デジタルか？アナログか？ではない

アナログ素材をきっかけにデジタルでクチコミ



渋谷雄大♥ジャイロ総合コンサルティング @kukk... · 2019年8月14日
iPad Proの新しい保護フィルムが届いたけど手書き（印刷じゃなかった）のメッセージカードが付いてきた
小さなことだけど、このカードが入るだけですごく安心できちゃう。
きっと沢山注文あるのにみんなに書いてるとしたらすごくホスピタリティ
品質も満足！
@bellemond_ip
ありがとう



プロセスエコノミーで付加価値を最大化する

プロセスエコノミーとは

▷ プロセスを共有化することで収入を得る

- クラウドファンディング
- ライブ配信
- OEM（オリジナル商品）
- YouTube
- AKB商法
- 鬼滅の刃→アニメや漫画を見てから映画を見に行く（ネタバレ）
- NiziU

完成品ではなく、完成するまでの過程を販売する。
ハズレを引きたくない→過程から参加する。

良い営業と悪い営業の違い

動きが悪いと感じた営業担当者の条件

- ① あなたからの質問やリクエストに対する反応が遅い、放置（55.6%）
- ② あなたからの質問やリクエストに対する反応が的外れだった（41.5%）
- ③ 提案や見積もりが当初イメージしているものと大きくズれていた（33.3%）
- ④ 連絡してくるタイミングや「間」が悪かった（32.6%）
- ⑤ 次の提案など積極的なアクションが遅かった（27.4%）

新規取引を検討するならどんな営業担当者が良い？

- ① 顧客のことを理解し、貢献しようとする姿勢がある（43.0%）
- ② 自社のサービスの押し付けではなく、要件にあった提案をしてくれる（40.8%）
- ③ 知識や引き出しが豊富である（35.0%）
- ④ 人柄に信頼や好感が持てる（33.0%）
- ⑤ あなたが思いつかないような付加価値ある提案をしてくれる（24.3%）

マクロミル調査より

商談プロセスを明確に！（プロセスシート）

商談プロセスシート

	事前準備	雑談	アプローチ	ヒアリング	プレゼン	デスクロ	見積り	クロージング	受注/失注/再訪	受注後フォロー	紹介
分	-	5	5	20	10	15	5	5	15	-	-
チェック事項	HPのチェック 関連業種の事例収集 切り返し集のチェック	周辺地域情報 自己紹介 木戸に立てかけし	商談の目的 商談時間 決裁者確認 類似事例の紹介 商談、本気度の判断	ニーズの把握 課題の引き出し 解決策の仮提示 競合の確認 期限の確認	ヒアリング事項の再確認 解決策の提示	不安・疑問の洗い出し 契約の可能性の確認 決裁者の再確認 予算の推測 全内容の再チェック	価格の妥当性 価格根拠（値引き）	結論の確認	受注の理由 失注の理由 次回訪問の確認 今後の進め方確認 全体の振り返り	上司からのお礼電	紹介者を3名以上
スキル	商品知識 調査能力	ビジネスマナー 第一印象 共感 自己開示 好意の返報性	プリフレーム イエス・セット 行動の一貫性 権威付け 社会的証明	問題解決能力	プレゼンテーション能力 社会的証明	抵抗の排除（プレゼン）	価格交渉能力 希少性（期限）	クロージングカ オートクライン （沈黙）	ビジネスマナー	誠実性 権威付け	誠実性
営業トーク			・本日は、〇〇について、1時間弱お時間頂けるといことでしたが宜しいでしょうか？ ・会社説明は一言で伝える。	・現在のコスト削減についてお悩みはございますか？ ・それはどんなお悩みですか？	・先日のヒアリングの内容を確認させて頂きます。 ・そこで課題は〇〇にあると考えましたが、思い当たりますか？ ・課題を解決することで、コストをおおよそ20%削減することが可能ですがいかがですか？ ・私どものご提案はご理解頂けたでしょうか。	・今までのお話を聞いて、もし実施されるとしたら、いつ頃を考えていますか？私どもも事前に人員手配の都合がございますので、おおよそで構いませんのでお聞かせ頂けますか？ ・ご予算はいくらですか？	・A案とB案であればどちらの案を希望されますか？	・ご契約頂けますか？	・今回のご提案でもっとも課題となった部分は、〇〇で宜しいですか？次回は〇〇について再提案させて頂きますが、宜しいでしょうか。 ・私も営業ですので、気に入って頂いた場合、ご契約の可能性はございますか？もちろんお断り頂く事は自由です。	・先日は弊社〇〇が大変お世話になりました。私〇〇の上司の〇〇と申しますが、先日のご説明等で何かわかりにくい部分等はございませんでしたか？	・
ポイント											
ツール	切り返し集 HP 事例集		会社案内 アプローチシート	ヒアリングシート	プレゼン資料	切り返し集	見積書（複数プラン）		契約書	礼状	紹介ハガキ

人（企業）が動かない原因と対策例

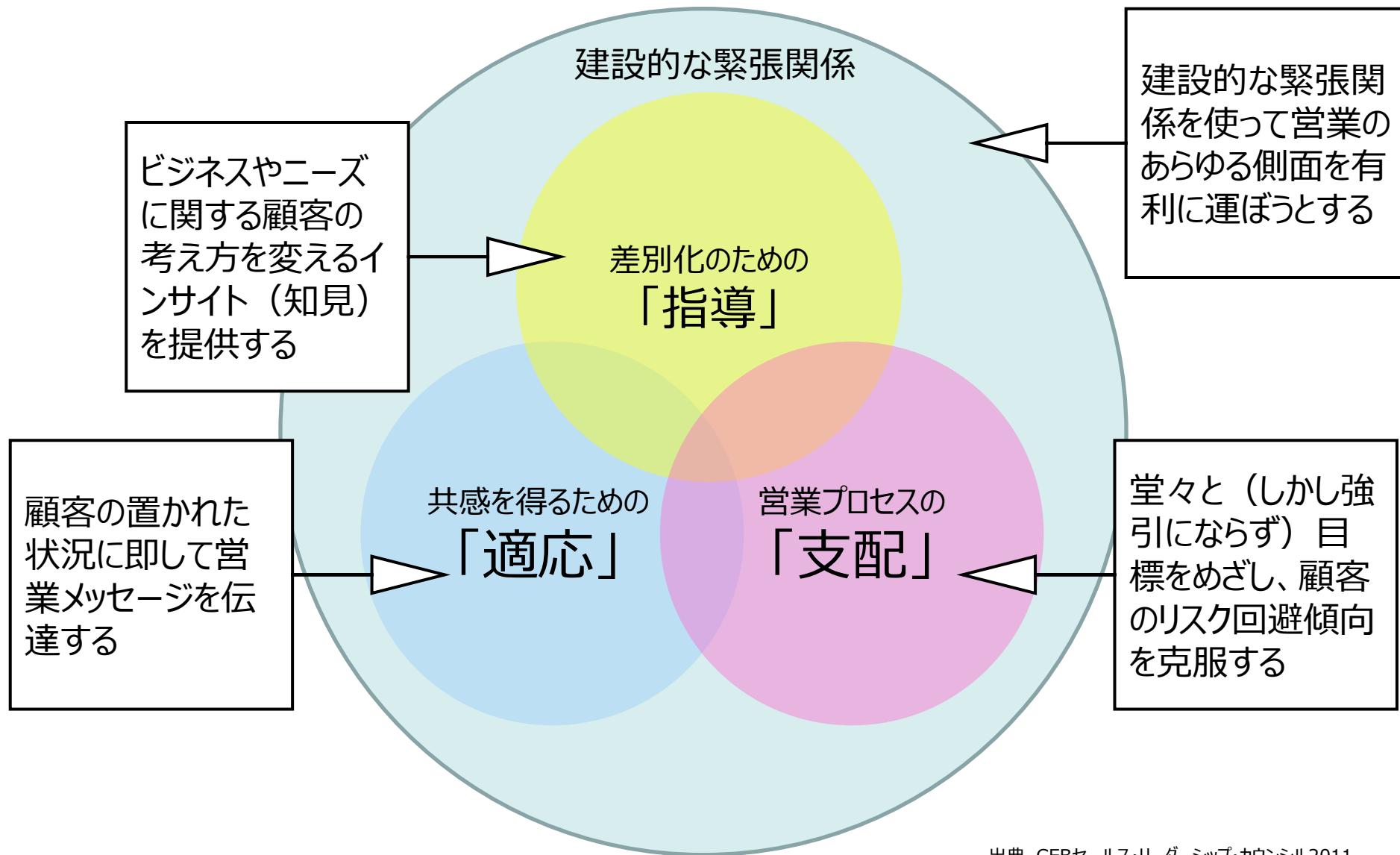
なぜDXが必要なのに行動しないのか？その原因を探り、解決策を考える！

行動しないパターン	解決ポイント	解決案①	解決案②
混乱している			
そもそも知らない			
知っているが未熟			
前例に囚われている			
必要性の不認識			
過去の失敗			
効果の疑問視			
現状維持の発想			

5つの営業モデルを理解する

営業の5タイプ	特徴	営業成績別の傾向
論客 (チャレンジャー)	<ul style="list-style-type: none">• つねに違った見方をする• 顧客のビジネスを理解• 議論好き• 顧客に強引に働きかける	トップ営業に多い
一匹狼	<ul style="list-style-type: none">• 自身の直感に従う• 自信家• 管理しにくい	トップ営業に多い
受け身の問題解決	<ul style="list-style-type: none">• 内外との対応が信頼できる• すべての問題を解決する• 細部に気を配る	やや平均的営業に多い
人間関係構築	<ul style="list-style-type: none">• 顧客の組織内に強力な賛同者をつくる• 他人を助ける• 誰とでもうまくやる	平均的営業に多い
勤勉	<ul style="list-style-type: none">• つねにもうひと頑張り• 簡単にあきらめない• 自発的• 報告と自己研鑽を重視	やや平均的営業に多い

営業体験のチャレンジャーのイメージ図



出典 CEBセールス・リーダーシップ・カウンシル2011

優位感覚別の対応法

	視覚優位型 (目標追求)	視覚優位型 (感性成功)	聴覚優位型 (分析重視)	身体感覚優位 (人間関係重視)
主張	強い	強い	弱い	弱い
感情表現	低い	低い	高い	高い
沈黙	気にしない	長すぎる場合質問	気にしない	長すぎる場合質問
論点	現在～未来志向	未来志向	過去	-
提案書	数値(根拠)	ビジュアル(最新)	数値(統計)	ビジュアル(他者の声)
有効な心理	一貫性	権威、社会的証明	権威、データの根拠	好意の返報性
ベネフィット (BtoC) (BtoB)	顧客本人の成功 肌が若返ります 担当者の実績	顧客本人の賞賛 同僚に羨ましがられる 部内で高い評価	顧客本人の安全 肌が若返る(データ付き) 前年との実績比較	顧客の所属の幸せ おすすめした人のクチコミ 利用者の笑顔
営業上の 留意点	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の行動を黙って承認 ・相手に合わせて雑談 ・自分の考えは求められるまではしない ・熱意を示す 	<ul style="list-style-type: none"> ・相手に花を持たせる ・課題はしっかり念を押す ・質問を多用し話させる ・相手のアイデア中心 ・雰囲気重くさせない 	<ul style="list-style-type: none"> ・メンツを尊重 ・話の腰を折らない ・真摯な姿勢と誠実な態度 ・資料やデータ重視 ・検討時間を多めで具体的な課題を設定 ・結論を急がせない 	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の行動を温かく承認 ・仕事以外付き合い ・結論まで時間がかかる ・決断の変更がある ・日々のフォロー重視 ・圧力をかけない ・友人のような関係

6つの不安を解消する

不安	事業者の不安	解消策	第一歩
金 高そう (コストが掛かりそう)			
価値 価値があるの？ (商品・サービスへの不信)			
心 面倒くさそう (先が見えない事への不安)			
身体 負担が大きそう？ (身体的なマイナス)			
社会 周りに迷惑掛かりそう (周囲に対する影響)			
時 他にも良いやり方ありそう？ (じっくり検討して動かない)			

お客様の興味関心に合わせて質問を変える

【お客様の状態を見極めよう】

O (Oblivious)

→無知・問題として認識していない状態

A (Apathetic)

→無関心・興味がない

T (Thinking)

→考えている

H (Hurting)

→困っている

【問題解決話法】

S (Situation)

→現状確認

P (Problem)

→問題点を明らかにする（あるべき姿とのギャップを示唆）

I (Implication)

→問題の重大性を理解させる（放置しておくとうなるか？）

N (Need-payoff)

→解決質問
解決策の提示

『4つの質問』に分類してみよう

質問	目的	例えば
1. 状況質問 (10%)	顧客の現状を認識 (相手の事を良く知ろう)	今体重は何キロ？ どんな食生活？朝は？昼は？
2. 問題質問 (10%)	潜在ニーズの明確化 (現状の不満を聞き出そう)	厚労省が出している平均体重はこれぐらいですよ？ ちょっと太りすぎですかね？ 寝る前は食べないほうが良いですね？
3. 示唆質問 (40%)	問題の重要性認識 (将来の影響に気が付かせる) (暗い質問)	今はいいかもしれませんが、 このままだと●●になる確率が●%に跳ね上がります。 もちろん仕事にも大きく影響してきます。
4. 解決質問 (40%)	ニーズの顕在化 あるべき姿のイメージ (そうだったら良いのか) (明るい質問)	解決策を提示する。 だったらまずはお昼ご飯から変えましょう。 あとは腹筋ですね。

『4つの質問』を試してみよう！

営業としての課題と解決策について

内容	質問内容	話し合い結果
状況質問	今の状況は現状は？	
問題質問	今感じている問題は？ 結構、問題だと感じている 点は？	
示唆質問	今は良いかもしれないけれど、 放置すると今後どう なっていく？	
解決質問	どうすれば解決出来て、より 良い方向に持っていける か？	

ギリギリの営業を取るための手順

- ① **営業対営業で勝つ**（担当者信頼）
- ② **相談したい人ランキング1位**（決裁者信頼）
- ③ **切るのが惜しいポジション**（不動の信頼）
- ④ **競合とのギャップを明確化**（競合との差）
- ⑤ **競合評価の抽象化と自社案置き換え**（横並び）
- ⑥ **自社案の強み・魅力の強調**（強みの明確化）
- ⑦ **不安点の明確化と解消提案**（不安材料の解消）

他社との置き換えと強みの強調⑤⑥

競合が高い評価を得る理由	抽象化すると？	あなたが勝てるポイント

6つの不安解消

不安	どんな不安？	解消策①	解消策②
金 高そう (コストが掛かりそう)			
価値 価値があるの？ (商品・サービスへの不信)			
心 面倒くさそう (先が見えない事への不安)			
身体 負担が大きそう？ (身体的なマイナス)			
社会 周りに迷惑掛かりそう (周囲に対する影響)			
時 他にも良いやり方ありそう？ (じっくり検討して動かない)			

渋谷雄大のSNSアカウント



【お問い合わせ先】
ジャイロ総合コンサルティング（株） 〒103-0007 東京都中央区日本橋浜町3-43-2 山名ビル
TEL.03-3808-2241 FAX.03-3808-2243 E-mail.consult@jairo.co.jp URL : <http://jairo.co.jp>