The Sales acceleration formula by Mark Roberge

**Introduction**

この本はデータを活用して営業での成功を予測可能にすると言うテーマで、著者は営業出身ではなく、エンジニアとしてキャリアを始め、当時はベンチャー企業であったウエブマーケティング会社のハブスポットで営業の主任を任され、売上１００億円まで伸ばしました。

この本の中で私が感じた役に立つチョップス（知識）を４つ紹介します。

**Chops No.1 海のように深く商品サービスを理解しよう！**

インターネットでの買い物が増え、顧客が簡単に商品サービスの情報入手を出来るようになった現代では、力が営業マンから顧客へ移り、口が上手くてアグレッシブな営業マンよりも、アドバイザーのように、丁寧かつ専門的な知識でお買い物の支援をしてくれるような営業マンの方が成功しやすいのです。

そして、アドバイザーのようになるためには、自社商品サービスの事を深く理解する事が必要になります。

自社商品サービスの理解を深める方法として、ハブスポットでは、顧客の毎日を営業マン達に体験させました。ハブスポットの顧客はブログやソーシャルメディアなどでコンテンツを作成するマーケッターであり、営業マン達はハブスポットが顧客に提供するソフトウエアを通して自分達でブログやサイトの作成を行いました。それを行った事により、自社サービス商品の理解が深まっただけではなく、顧客と同じ体験をする事で顧客の悩みや痛みを理解する事が出来ました。

**Chops 2: クローンを採用しよう！**

著者はハブスポットで既に成功している営業マンの特性、特徴や性格をデータで分析し、頭の良さ、過去の成功、仕事に対するやる気、フィードバックを受け入れる姿勢などがハブスポットと言う会社で成功する営業マンの共通点だと言う結論に至りました。このデータを元に人材採用を行い、採用した人材が成功しているかどうかを半年後にデータ分析すると言う形で、採用しては成功率を分析すると言うサイクルを繰り返しました。

ですので、あなたの会社で成功している営業マンはどんな人で、似たような営業マンを採用する事がより成功の予測が可能な人材採用方法になるでしょう。

**Chops 3: 学校のように教育しよう！**

よくある、営業のエースの部下に新人を配属し、猿まねをさせると言う教育方法がありますが、もし、営業のエースが顧客との信頼構築が得意で、新人は誰よりも営業数をこなす働き蜂だとしたら、営業のエースの監督の下では新人が自分の長所を活かせない可能性が出てきます。

ハブスポットではまず、新人の営業マンが商品サービスを理解しているかどうかをペーパーテストで受けさせ、その後にロープレの試験などで営業教育を行うそうです。

この営業教育方法を活用すれば、会社の規模が大きくなろうが、営業マン全員に同じ営業教育を施す事が可能になり、より成功の予測が可能な営業マンを育て上げる事が出来るでしょう。

**Chops 4: 医者を目指そう！**

あなたはいきなり営業マンから電話が来て何かを買った事があるでしょうか？

現代の買い物はンターネットで始める事が非常に増えました。ですので、会社は自社商品サービスに関連する分野ではインターネットを制する必要があります。

インターネットを制するためには：

１．質の高いコンテンツ（情報）の作成

２．ソーシャルメディアの活用

の２点が大事です。

例えば自社ブログで顧客の役に立つような質の高いコンテンツの記事を作れば、信頼関係を構築したり、専門性を証明する事が出来るでしょう。

ソーシャルメディアでは、自分の顧客が居るコミュニティを狙い打ちしましょう。例えば誰かのブログに顧客が居るならば、ブログ主と交渉しゲストとしてブログ投稿をお願いしたり、コメント欄にコメントを書き込んで、名前を売りましょう。

最後、著者は会社と顧客の関係性として、医者と患者の関係性になるのが良い述べています。患者が問題を抱え、医者の下へ足を運び、医者の言う事を信用して聞くように、

会社は顧客に信用されるように質の高いコンテンツを作成しソーシャルメディアでの活動を行うようにしましょう。

もっとも、藪医者にはならないようにしっかりと勉強しましょう。