The Sales acceleration formula by Mark Roberge

～人生の役に立つチョップス（知識）～

**Introduction**

この本は営業マネージャー向けの本であり、如何にデータを活用して営業における成功を予測可能に出来るかと言う題材です。著者は営業畑の出身ではなく、エンジニアとしてキャリアを始め、営業の経験無しにウエブマーケティング会社であるハブスポットで営業の主任を任され、売上１００億円まで売上を伸ばしました。

その中でも私が感じた役に立つチョップス、知識を４つ紹介したいと思います。

**Chops 1: 頼りになるアドバイザーになれ**

インターネットで買い物をする事が多くなり、昔と比べて顧客が簡単に情報を手に入れる事が出来るようになった今の世の中では、口が上手くてアグレッシブで詐欺まがいな営業マンよりも、アドバイザーのように丁寧で買い物を専門的な知識で助け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、顧客の手助けが出来るアドバイザーになるためには、自分が扱うサービスと商品の事を誰よりも理解する事が必要になります。

自社の商品と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などの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提供するソフトウエアを通して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、サービスの知識が深まったのはもちろんですが、自らの体験を通した体験談などを話せるようになったと言います。体験談を含めたストーリーテリングは顧客を説得するのに非常に有効な手段であり、営業がより効果的になったそうです。

**Chops 2: 会社によって成功する営業マンは千差万別**

著者が営業の主任を任され、最初に雇ったのが大手の会社で営業ナンバー１の人材でした。しかし、その営業マンはそこそこの活躍しか出来なかったそうです。何故かと言うと、起業したばかりのスタートアップと大手では営業の方法と内容がだいぶ変わってくるからです。大手であれば、名前も知られ、信用があるので、スムーズに営業が行く事が多く、それなりに営業をしていれば成果が出る環境でありますが、スタートアップでは商品やサービスの教育をしたり、顧客の信用を手にするために日々奮闘する必要があります。

著者はハブスポットで成功している営業マンの特性を分析し、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柔軟性などが成功する営業マンの共通する部分だと気が付きました。

ですので、自分の会社で成功している営業マンはどう言う特性を持っており、似たような営業マンを採用する事が自社で成功する営業マンを採用する方法です。

**Chops 3: 営業教育も一貫性を持とう**

多くの活躍する営業マンは何らかのスーパーパワーを持っている。顧客との信頼関係を作り上げるパワーであったり、人一倍、営業電話や営業メールなど行動しまくるパワーなどなど。

しかし、よくある営業教育の一環で、顧客と信頼関係を構築するパワーを持った営業マンを人一倍行動しまくるパワーを持った営業マンの下に付かせたらどうなるだろうでしょうか？下に付いた営業マンが自分のスーパーパワーを活かせずに、間違った解釈で自分の力を発揮せずに会社を後にする事になるかもしれません。

営業への教育によって、成功をより予測可能にするために、ハブスポットでは、商品サービスの知識をペーパーテストにしたものを営業マンに受けさせ、合格しないと次に進めないようにした。その他にもロープレなどのテストを行い、常に営業マン全員に同じような教育を施しました。

**Chops 4: インバンこそが現代の最強営業方法**

いきなり営業マンから電話やメールが来て購買をした事がある人がどれだけ居るでしょうか？今の顧客の購入への道のりのスタートはインターネットです。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。

インバンとはインバウンドマーケティングの略であり、営業マンが電話やメールなどで勧誘してくるのではなく、顧客に自社商品サービスを見つけてもらうと言う方法です。

顧客に商品サービスに興味を持ってもらい、買ってもらうために重要なのが：

１．質の高いコンテンツ（情報）を提供する事

２．ソーシャルメディアの活用

の２点です。

例えば自社ブログで顧客の役に立つ質の高いコンテンツを作り、潜在顧客に対して価値のある物を提供して言わば恩を売り、提供したコンテンツの分野で専門的な知識をひけらかして信用を得る事が大事です。

会社によっては、質の高いコンテンツを作成している時間が無いと言う所もあるでしょう。

そこでハブスポットでは、ライターを採用しております。今の世の中、ライターはなかなか本職で食べて行く事が難しいです。ですが、優秀なライターはたくさん居ます。ハブスポットでは彼らを雇い、会社の知識人と座らせインタビューさせ、そのインタビュー内容を記事にしたり、短い本にしたりして顧客に質の高いコンテンツを提供したりしています。

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。方法として、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するなどがあります。

ここで一つ申し上げておきたいのは、ハブスポットはインバウンドマーケティングを提唱した会社ではありますが、従来の営業方法である電話やメールなども日常的に行っており、売上の全体の２０％を占めていると著者は言っております。大事なのは、バランスであり、多角的に営業を行う事であり、従来の営業の手法が死んだと言う事では現時点ではありません。

**Conclusion**

この本では従来の営業方法とは違った営業へのアプローチ方法がたくさん載っております。営業マンの成功が予測可能な会社を作成したい営業マネージャーの方はぜひ読んでみるのをお勧めする一冊です。