

循環型セールス用語集

循環型セールス手法

循環型セールス手法とは、お客さまにお役立ち情報を提供しながら良い人間関係を結び、マーケットを広げていく農耕型のセールスモデルです。情報提供を行いながら、興味を持ったお客さまとは商談に入ります。お客さま自身の選択を大切に、途切れることのない循環の輪をつくりだしていくセールス手法です。

会社案内の目的

循環型セールス手法における会社案内の目的は、経営理念や経営ビジョンといった私たちの「想い」をお伝えすることです。つまり、私たちはどんな想いでお客さまに接していきたいのか、何をめざしているのか、お客さまのどんなお役に立ちたいのか、などを会社案内を通じてお客さまに発信し続けることが目的です。

会社案内に記載すべき項目

循環型セールス手法における会社案内に記載すべき項目として最低限押さえておきたい項目は「経営理念」「会社概要」「会社の沿革」「取扱商品」です。そして、できれば営業パーソンの「自己紹介」も入れておきましょう。

情報提供の目的

循環型セールス手法における情報提供の目的は2つあります。

- 1つ目は、お客さまの潜在的な不満にはたらきかけ抱えている問題に気づいていただくことです。
- 2つ目は、私たちがプロであることを認識していただくことです。

プロシージャー（情報提供ツール）の特徴

循環型セールス手法におけるプロシージャーには3つの特徴があります。

- 1つ目は、商品の選び方に関する情報であることです。
これは、〇〇を購入する場合は、このようなことを基準に選んだらいいです、というものです。
- 2つ目は、物語（ストーリー）になっていることです。
物語の流れは、一般的な問題点→なぜそうなるのか→解決策 という内容になります。
- 3つ目は、必ずスクリプトがあることです。
スクリプトに基づいて練習することで、レベルの高いコミュニケーションを可能にします。

場の設定

循環型セールスにおける「場の設定」とは、お客さまに聞く耳をもつていただくためのスキルです。

「場の設定」は、あいさつの言葉、名乗り、感謝、いきさつ、目的、時間の承諾（パーミッション）の6つの要素で構成されています。

終了の宣言

循環型セールス手法における「終了の宣言」とは、引き続き継続して情報提供に訪問させていただくために、お客さまから承諾をいただくスキルです。

この営業スキルがあって初めて「循環型セールス手法」による定期的な訪問が可能になります。

プロセス管理

循環型セールスにおけるプロセス管理とは、情報提供から成約に至るプロセスを分解して改善することによって、より効果的なセールスプロセスに改善することです。

プロセスの項目は 情報提供→商品説明へ→見積提出へ→成約 となります。

— 売れ続ける仕組みづくりのお手伝い —

セブンスターズコンサルティング株式会社

代表取締役 佐々木篤史

シニア・コンサルタント 平野芳生

TEL 03-6459-4965

FAX 03-6809-4808

URL <https://seven-stars.co.jp/>

代表 info.ssc@seven-stars.co.jp

— Seven Stars Consulting CO.,LTD —

※本用語集の著作権は弊社に帰属します。

つきましては、無断の転用・転載を固く禁じます。