

TAS : TAS式営業戦略

Target Account Selling



商談期間の長期化、複数の買手との関係、競合の存在、込み入った購買手順など、複雑なセールス案件が増大している今日、高い勝率と利益率を繰り返し生み出すことは企業にとって最大の関心事となっています。これらの複雑な案件に対応するため、「TAS 式営業戦略」ではセールスで競争優位を作り出すために、3 日間のワークショップを通じて営業戦略を立案します。

また「TAS式営業戦略」は単なる3日間の研修ではなく、営業管理者の支援も含めた実践のプロセスを提供します。ワークショップで作成された商談プランは、職場においても営業管理者と共にレビューされ、実際の営業現場で実践されます。

「TAS式営業戦略」は、長期間に渡る、複数の買手が関係する、競合が存在する、複雑な購買手順を踏むなどの複雑なセールス案件において、自社の高い勝率と利益率を繰り返し生み出すプロセスを提供する、実証型のワークショップです。

販売機会診断、競合分析、組織分析の方法論を提供することにより、参加者は「適切な課題」「適切な人」「適切なタイミング」に焦点を当てることができるようになります。

プログラムの方法論：どのように修得するか？

参加者の現実に進行中のセールス案件を使って、商談／顧客／競合の客観的な分析を行い、競合に打ち勝つためのプランを立案、構造化された方法でプランをテストします。チームアプローチとシステム化された方法論を用いて、いかに勝てるかに集中してワークショップは展開されます。

プログラムの構成

標準開催期間：3日間

形態：24名以下のワークショップ（実際のケースを使用）

教材：フリップチャート、ワークブック、ワークシート

参加対象者：営業担当者、営業管理者、営業支援エンジニア、マーケティングスタッフ

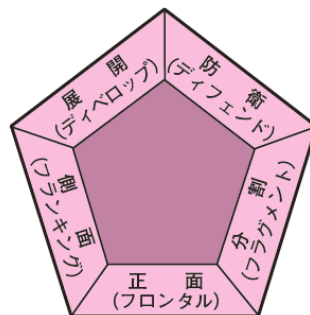
キーワード

- ◇ 競合激化
- ◇ 勝率の向上
- ◇ セールスの複雑化／長期化
- ◇ セールスコストの増大
- ◇ セールスプロセスの構築
- ◇ 商談マネジメント

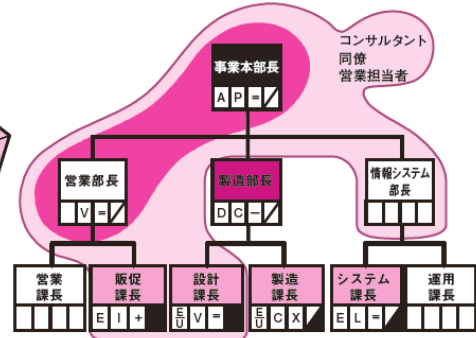
販売機会診断

これは勝ち取る価値がありますか？	
16	短期的売上 <input type="checkbox"/> 我々は勝ち取ることができますか？ <input type="checkbox"/>
17	将来 <input type="checkbox"/> 我々は競合に参加できますか？ <input type="checkbox"/>
18	販売機会がありますか？ <input type="checkbox"/> 定基準 <input type="checkbox"/> 信頼 <input type="checkbox"/>
19	1 顧客の課題やプロジェクト <input type="checkbox"/> の適合性 <input type="checkbox"/> 適合性 <input type="checkbox"/>
20	2 顧客の事業概要 <input type="checkbox"/> の要求度 <input type="checkbox"/> プロセス <input type="checkbox"/>
	3 顧客の財務状況 <input type="checkbox"/> の現状 <input type="checkbox"/> 携 <input type="checkbox"/>
	4 予算化 <input type="checkbox"/> 案上の価値 <input type="checkbox"/>
	5 コンペリング・イベント <input type="checkbox"/>

競合戦略



TAS 式組織図



プログラムの展開

1. はじめに	◆ 営業のレベルを定義し、受け身の営業から商談をコントロールできる戦略的営業への変革を動機づける
2. 販売機会診断	◆ 販売機会を診断する20項目の評価基準を理解し、自分の商談を分析するとともに、その結果に基づき必要な行動項目を明らかにする
3. 競合戦略	◆ 5つの競合戦略を学び、競合他社の戦略を予測し、自社の対抗戦略を決定する
4. 政治力学	◆ 顧客の公式／非公式な組織分析を行い、意思決定のメカニズムとキーパーソンを明らかにする
5. 政治的連携	◆ 競争優位を確立するために、顧客のキーパーソンに対するリレーションシップ戦略を決定する
6. プランニング	◆ プランニングの枠組みを理解し、自分の商談の戦略プランを完成させる
7. プランのテスト	◆ 完成したプランを発表し、顧客、競合、自社の観点から弱点／矛盾点をテストし、改善する（模擬販売会議）

期待される効果

- ◇ 組織立ったアプローチと営業組織内でのコミュニケーションを容易にする共通言語ができる
- ◇ 顧客の組織を分析し、真の意思決定者をさがし連携することができるようになる
- ◇ 営業リソースの効果的な活用ができる
- ◇ 勝率の向上と営業コストの削減が図れる

プログラムの実施・ご検討について

下記のような内容についてのお問い合わせは、メール (info@wlw.co.jp)、もしくは営業担当までお問い合わせください。

- プログラムの詳細日程／実施費用／貴社に合わせたカスタマイ
- フォローアップまでを含めた実施プロセスのデザイン／プログラムの導入効果の検証方法、レポートング方法

参加者の声：過去のアンケート／フォローアップより抜粋

- 商談の流れを理論的に学ぶことができたので、特に顧客の情報収集に関して、内部の政治力、リレーションを意識して商談に臨むことができると思う。また商談をがむしゃらに取りに行くのではなく、機会をしっかりと見極めることにも注意を払うようにする。(IT／営業担当者)
- かなり戦略的なもの見方ができるようになりました。特に競合戦略はかなりの武器になると思います。(IT／営業担当者)
- 無駄な提案は撤退する。(IT／営業担当者)
- 今まで、人間関係の複雑な部分（政治力学など）についてわかっていないで行動しており、無駄な時間を費やしていた傾向が強いので、体系的な（科学的な）理論に裏づけされた行動ができそうである。そのためにはオポチュニティプランを活用する。(IT／営業担当者)
- “水面下での敗北”のプロセスがよく理解できた。逆に自分が水面下で動けるような強固な営業を行っていきたい。(IT／営業担当者)
- お客さまへの提案前に実施している提案レビューの様式においてもTAS式営業戦略を取り入れており、お客さまの反応などから見ますと効果は着実に上がっていると考えます。(IT／SE管理者)