



売上げを伸ばす女性営業社員コース /

女性の特長を活かした 営業スタイルの確立

はじめに



女性らしさを持ち味に 感性を活かした営業スタイルを身につけよう

営業職といえば、足で稼ぐといった体力勝負が求められ、商談においてはロジカルな提案や押しの強いクロージングなど、男性に有利なハードワークのイメージがあります。実際、保険業など一部の業種を除き、営業職として働いている女性の数は男性に比べると、まだまだ多いとはいえません。

しかし、近年の女性の社会進出や職場環境の改善、女性のキャリア意識の変化などを通じ、女性が営業職として、従来のように男性と同じやり方で活動することだけが、「売れる営業社員」への道ではなくなってきたように感じます。つまり、女性には女性の感性があり、そうした特性を活かした営業スタイルを身につけることでも、成果をあげ、売上げを伸ばすことができるということなのです。

このテキストは、そうした営業スタイルをぜひ自分のものとしていただきたいとの強い思いで書かれたものです。第Ⅰ章では、女性営業社員としてのキャリアを考えるとともに、営業活動における女性の感性の活かし方について述べています。続く第Ⅱ章、第Ⅲ章では、女性の共感性をベースに、営業活動におけるマインドやセールスプロセスのとらえ方など、成果のあがる営業スタイルについて理解を深め、女性の特性を最も活かすことができる営業コミュニケーションスキルの基本と活用を学びます。また、効果的な時間の使い方や営業の数字など、仕事力を高めるのに欠かせないスキルや知識について、第Ⅳ章にまとめました。

これからは女性が活躍する時代です。このテキストを丁寧に学習していただければ、女性らしさを活かした営業スタイルを築き、これまでとは一味違った営業活動が展開できることでしょう。

CONTENTS

はじめに	3
第Ⅰ章 女性の感性を営業活動に活かそう	5
1. これからの営業職は女性が活躍する時代	6
2. 女性を取り巻くライフイベントと仕事のキャリア	8
3. 営業活動で活かせる女性の感性とは	11
4. 5つの感性が営業活動を強くする	12
5. 女性の“強み”が“弱み”に変わってしまうことも	16
6. 営業職として自分の持ち味は何か	18
7. いま求められる「顧客思考」の営業活動	19
■研究課題Ⅰ	22
第Ⅱ章 正しい営業スタイルで売上げを伸ばそう	23
1. 感性を活かした「共感型営業」を得意としよう	24
2. セールスプロセスを意識した効果的な営業活動	28
3. 営業活動を支える4つの力	33
4. 商品知識を深めて提案の幅を広げる	36
5. 営業を成功させる3つのルール	38
■研究課題Ⅱ	42
第Ⅲ章 営業の基本スキルを身につけよう	43
1. 第一印象は「マナー」と「伝え方」で決まる	44
2. お客様の心の扉を開かせる「聴き方」のスキル	47
3. 効果的な質問でお客様の情報を引き出す	52
4. お客様の正しいニーズのつかみ方	56
5. 営業はスキルだけでなく人間力も大事	58
■研究課題Ⅲ	60
第Ⅳ章 仕事力を高め効率よく営業活動をすすめよう	61
1. 時間をムダにしない段取り上手になる	62
2. 営業の効率と効果を高める情報収集のコツ	66
3. 営業メールの上手な活用法	68
4. 3つの営業の数字を理解する	70
5. 営業活動に数字をうまく取り入れよう	74
■研究課題Ⅳ	78

第

I

章

女性の感性を 営業活動に活かそう

1. これからの営業職は女性が活躍する時代
2. 女性を取り巻くライフイベントと仕事のキャリア
3. 営業活動で活かせる女性の感性とは
4. 5つの感性が営業活動を強くする
5. 女性の“強み”が“弱み”に変わってしまうことも
6. 営業職として自分の持ち味は何か
7. いま求められる「顧客思考」の営業活動

1

◆ ◆ ◆ これからの営業職は 女性が活躍する時代 ◆ ◆ ◆

◆ いま女性の活躍が期待されている

「男性は仕事、女性は家庭」という伝統的な考え方から、男女ともに「仕事も家庭も」という考え方に変わりつつあります。女性自身、他者に面倒を見てもらいたいというシンデレラ・コンプレックスも消え、また、法律や職場環境の改善など、さまざまな努力が重ねられた結果、女性が社会で働きやすい環境は確実に広がっています。

現在、1.2億人以上いる日本の人口も少子高齢化の影響から、2050年には1億人を下回ると予想されています。そうなれば、労働力人口は減少してしまい、特に労働力としていちばん期待される20代～40代が希薄になってしまう恐れがあります。

外国人 IT技術
女性の活用

そうした労働力の減少を補うために、「外国人」や「IT技術」の活用に加え、いま「女性の活用」に注目が集まっています。

◆ 社会で求められる女性の感性や価値観

多様な価値観

営業の仕事では、女性の企画提案力など、「多様な価値観」がますます求められるようになっていきます。

マーケットインの
発想

現在では、企業が製品（商品）を市場にアウトプットする前に、マーケット調査を何度も行い、消費者の声を反映させたモノづくりがすすめられています。つまり、マーケットインの発想です。

そうした中、消費の決定権を握っている女性の声は、圧倒的に世間でのインフルエンサーになっており、女性の感性を取り込むことが、社会でヒット商品を生み出す秘訣にもなり得ています。

たとえば、自動車のデザインでも、丸みを帯びたデザインが多く見られますが、これは女性のライフスタイルや感性を意識した結果ととらえることができるでしょう。こうした企画提案力が、営業の現場でもますます必要とされてくるのです。

◆図表 I-1 女性活用の必然性

1 少子化に伴う労働力の減少

労働力の減少による会社の人員不足の問題に対し、女性を活かし、人的な経営資源のロスを防ぐ

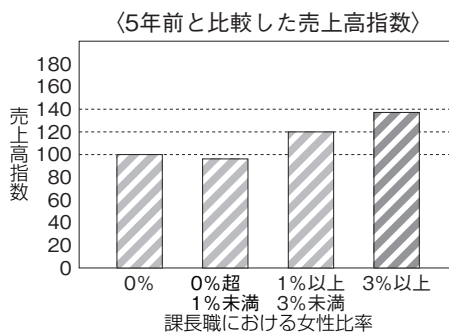
2 多様な価値観を経営に取り入れる重要性

消費財の売れ行きを左右したり、流行を生み出したりするのは女性。その感性・視点を活かしたもののづくりやサービスの構築が求められる

3 企業の競争力の激化

女性管理職が多いなど、女性の能力開発促進に力を入れている企業は業績が伸びている

出典元：財団法人21世紀職業財団「企業の女性活用と経営業績との関係に関する調査2003年」



また、個人向け商材であれば、家庭での財布のひもを握っているのが主婦であるケースも少なくありません。夫婦や家族連れなどのお客さまと接する際は、**女性同士の安心感**などから、奥様にいかに気に入られるかということも、営業活動で受注を獲得するための重要ポイントになっています。

企業躍進のカギは女性が握っている

企業の競争力の激化も、女性の活躍の理由としてあげられます。

企業の競争力の激化

21世紀職業財団の調査によると、女性の能力開発促進に取り組んでいる企業は、取り組んでいない企業に比べ、5年前の業績よりも売上高の伸び率が大きいという結果が出ています。企業の業績は、女性の活躍と密接な関係があることがわかります。

営業職については、女性営業社員の活躍こそが企業の売上げを底上げし、競争力を高め、より付加価値の高い企画を提供することにつながるといっても過言ではありません。

企業の躍進が社会景気を活性化させることを考えると、女性社員の力が、社会に対して影響力を深めていくのは間違いありません。