

第10回 未来ウェブ経営セミナー

儲かる会社にしようじゃないか！

— 営業モデルを変えることで売上を伸ばすことができる —

2021年3月11日

未来事業株式会社

登壇者プロフィール

松本 長久

未来事業株式会社 常務取締役

早稲田大学政治経済学部経済学科卒業

メガバンク勤務並びに一部上場企業財務責任者を経て

2011年現在の事務所に入社

10年近いコンサルタント業務において幅広い業種・業態の指導を実施してきた。

赤字から黒字へ、リファイナンスの実施により経営の正常化、さらには成長戦略により企業価値を上げることに貢献してきている。

経営塾(経営セミナー)の講師として様々なテーマを紹介している。



中小企業こそWEBマーケティングの導入が急務

常務取締役 松本 長久

BtoB企業を取り巻く環境の変化

1. 「良いもの」をつくれれば売れた
時代の終焉

2. 単純に「物を売ること」に
限界がきている

・WEBを通じた買い手側の情報収集力がアップ

→新しい「売り」を実行する為には
従来と違った何か付加価値が
無いと難しくなっている

・情報収集で営業に会う必要性が
薄れている

改革の方向性

3. エース依存の営業組織維持の困難

- 「昔ながらの営業部長」での営業体制の限界
- トップセールス依存での売り上げ確保の限界

「改革の方向性」

- A. 単純な情報提供を超えた見込み客獲得の仕組みが必要
- B. 「顧客が困っていること」への提案営業スタイルの確立
- C. 属人化しない営業の仕組み

営業のデジタル化はなぜ必要か

(1) 人手不足への対応

- 今後営業人員を増やすことは
- 困難になっています。
- より少ない人員で効率的な営業体制を構築する必要があります

(2) 購買行動のデジタル化への対応

- 買い手側企業のデジタル化も進んでおり、新しい取引先を探す際インターネットを使う事が当たり前になっています。
- 売り手側も営業活動をデジタル化していなければ、取り残されてしまいます。

具体例について

(1) テレアポ効率の向上

- WEBサイトのアクセスログを分析
- 購買意欲の高い見込み客をリストアップ
- テレアポ効率の向上

(2) 休眠顧客の掘り起こし

過去に取引があり現状ではなくなっている休眠客や、見積りなどでの段階で失注した客に対して「メールマーケティング」を実施することで商談機会へ結びつける

具体例について

(3) 展示会フォローを自動化

- 展示会で獲得した名刺情報に対してメール配信を行い、情報を収集する
- WEBサイト上で行動が活発化している見込み客は営業担当がフォローする

(4) 会社のホームページを活性化させる

- 買い手側は比較、検討段階でホームページを活用している
- ホームページだけで2～3社に絞られてしまう

ホームページを営業活用することで得られるメリット

(1) 新規顧客の開拓

今まで出会う事の出来なかった
新たな顧客とのつながりを
発掘することができる

(2) 営業担当の手間の削減

これまで営業担当が多くの時間
をかけてきた手間を削減して、
営業効率を改善することが出来る

BtoBマーケティングの全体の流れ

- (1) **リード(見込み客)獲得** → **コンテンツマーケティング**
 - ・ビジネスブログ
 - ・メルマガ
- (2) **リード育成** → **マーケティングオートメーション**
 - ・セミナー
 - ・メールマーケティング
- (3) **営業活動** → **商談**
- (4) **受注**

※ **コンテンツ**とは伝えたい内容、情報の中身

読まれるビジネスブログについて

1. **トップコピー**で読者の興味を引き付ける
2. **ボディコピー**で読者に価値を提供して信頼関係を構築する
3. **ボトムコピー**で簡素にまとめて、読者に行動を取ってもらう

BtoBデータベースサイトの活用

(1) Pull型の集客

ニーズが顕在化している見込み客を集める

- ・企業、製品、カタログをサイトに表示する
- ・専用の特設サイトを開設する

(2) Push型の集客

解決策がわからない潜在的な見込み客を集める

- ・サイトが配信する専用メールマガジンで製品、サービスを紹介する
- ・サイトが提携する外部のサイトにバナー広告を表示する

未来事業のお手伝い

一年で儲かる会社にしようじゃないか！

～コロナなんてクソくらえ～

1. 未来事業って何をする会社？

中小企業を一年で儲かる会社に生まれ変わらせる会社

- ・ 中小企業の2/3には赤字決算（国税庁資料）
- ・ コロナで資金が回らない
- ・ 多額の借金を返済できない

⇒窮境状態脱出し**健全経営**に導く会社

社長と会社の将来を語り、**社長の夢を実現**させる会社

- ・ もっと会社を成長させたい
- ・ 新しいビジネスモデルに挑戦したい
- ・ ハッピーリタイアできるような企業価値を上げたい

⇒将来に向けて**成長経営**に変身させる会社

2. 未来事業の経営支援内容とコミット

1) 収益力の改善支援コミット

- ・ 一年で赤字を黒字に
- ・ 売上を1.2倍に増加

2) 成長力の促進支援

- ・ 儲かるビジネスモデルに変革

3) 金融対策・資金繰り支援・資本対策

- ・ 金融機関からの支援体制構築
- ・ 借入に頼らない資本投入の実施

4) 事業再編・事業承継支援

- ・ M&A、事業提携による業容拡大
- ・ ハッピーリタイアできる事業承継

5) 人財育成支援

- ・ 経営幹部、後継者の育成
- ・ 人財導入戦略策定と人財紹介

3. どこが未来流なの？

中小企業に役立つコンサルタント会社の見分け方
(病院に例えると)

①総合病院・大学附属病院

〇〇総研、××コンサルティングファーム・・・
大企業が対象（中小企業のコンサルティングはできない）
フィーが数千万円以上

②クリニック

△△会計事務所 □□経営コンサルタント事務所・・・
経営分析のみでほぼ終わる。具体的な改革指導はできない
企業経営の経験がないため十分な指導は難しい

③**専門病院**（癌専門 透析専門・・・）

未来事業が典型的な中小企業再生・成長指導のための専門病院
中小企業の実経営が豊富で具体的実践的に指導・支援で成果がでる



4. これまでどんな実績があるの？

40年以上の経験

中小企業再生・成長指導の草分け的存在

これまでに1,100社を超える指導実績

ハンズオンの指導としては、わが国最多の再生実績
1年・2年で再生した企業：約750社

多くの独特な再生手法の開発

- ・ 未来収益予測法
- ・ 経営力評価法
- ・ 経営改革推進スパイラルエンジン 他多数

* いずれも著作権所有

まずは気軽にZoomで経営相談しましょう！

<http://www.mirai-j.co.jp/keieisoudan.htm>

または、ヤフーで **未来事業経営相談**

- 自社の**経営診断**をしてほしい
わが社の**経営力と課題**がわかります
- 赤字なのでもっと**収益力**をつけたい
- **売上**をもっと**増や**したい
- 成長する**ビジネスモデル**に変革したい
- **事業承継**したい・成長につながる**M&A**をしたい
- **資金調達**をしたい



儲かる会社にしようじゃないか！

「高打率をあげるための実践的営業モデル “フォーカスセールス” の導入」

代表取締役 **吉岡 憲章**
経営学博士(Ph.D.) MBA

<登壇者>

吉岡 憲章

未来事業株式会社 代表取締役 経営プロデューサー 経営学博士 (Ph. D.) MBA
早稲田大学第一理工学部卒業 多摩大学院博士後期課程修了。日本経営学会員、
日本ドラッカー学会員。日本ビクター勤務を経て、経営コンサルタント会社を創業。
さらに**経営を実体するために電子機器製造・販売業ほか13社を創業・経営を併行。**



下請けからメーカーまで、工場から居酒屋まで、さらには起業から上場、倒産から再建と**経営のあらゆる局面において陣頭に立ち指揮を取り続けてきた経験を持つオンリーワンの**経営コンサルタント。

自らの経験に裏付けされた**独特の改革手法**により、**1,100社余の中小企業**の経営改革・成長を実践的指導・支援を行い、数多くの企業を**“1年間で赤字脱却・健全経営”**へと導びき「常識破りの経営コンサルタント」と称されている。

著書に『定年博士』（きずな出版）、『会社が赤字とわかったとき読む本』（PHP）、『社長の器』（PHP）、『一年で儲かる会社にしようじゃないか』（日本実業出版社）、『潰れない会社にするための12講座』（中公ラクレ）、『勝ち抜くための経費削減』（朝日新聞社）、『小さな会社が成功する法』（廣済堂出版）、他多数。さらに、経済専門誌にも多くの執筆や、経営者、金融マン、税理士、コンサルタントなど専門家を対象に講演・セミナーを行っている。

“フォーカスセールス”

フォーカスセールス (the focused sales) : **焦点を合わせたセールス**
ベースとなる理論 : ランチェスター戦略 (Lanchester strategy) をベースとして
中小企業により効果的・実践的に活用できる手法を未来事業が構築した

何にフォーカスするか

効率的な営業活動、顧客選択、新規開拓 宣伝広報活動等

売上を増やすためのキーワード

- ①限られた力をピンポイント攻撃 ⇒ **選択と集中 (二乗の法則)**
- ②占有率が売上の増減を決める ⇒ **インスタシェア**
- ③S (強み) の明確化と計画的実行 (Do)



1. 限られた力でピンスポット攻撃

1) 売上増加に対する社長の三大誤謬

① どうやって**全体の売上を増やそうか**を考えてしまう

② 一生懸命営業していると思っている

③ 売れない原因は他にあると思っている

2) 信長の戦法と秀吉の戦法

強者の戦い方



	年	合戦名	自軍	敵軍		倍率	二乗値
			勢力	相手方	勢力		
豊臣秀吉	1582	高松城水攻め	30,000	清水宗治	5,000	6.0	36.0
	1582	山崎の合戦	40,000	明智光秀	17,000	2.4	5.5
	1583	賤ヶ岳の合戦	50,000	柴田勝家	30,000	1.7	2.8
	1590	小田原城攻め	300,000	北条氏政	56,000	5.4	28.7

織田信長	1560	桶狭間の戦い	2,500	今川義元	25,000	0.1	0.01
------	------	--------	-------	------	--------	-----	------



弱者の戦い方 (中小企業の戦い方)



②陶山訥庵によるイノシシ退治

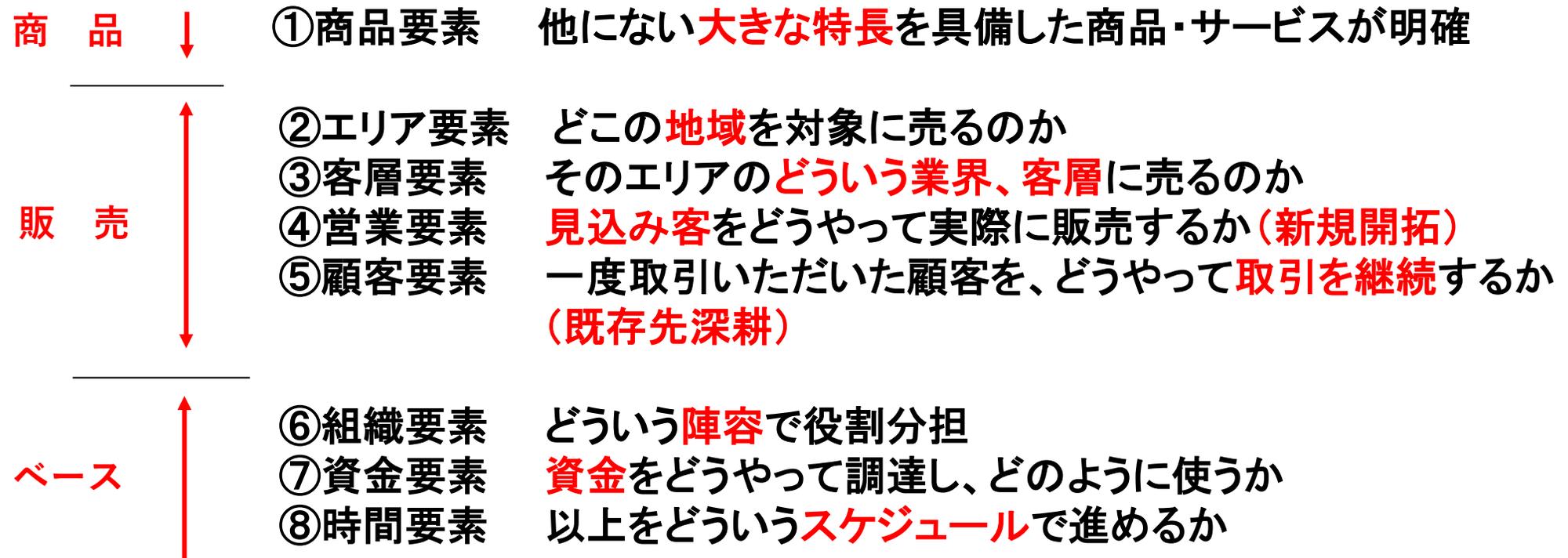


対馬は古来より猪が多く生息。江戸時代に入って猪がひどく繁殖、農作物を荒らし回るようになり食料不足に陥った。猪退治にいろいろな対策がとられたものの効き目がなく、猪の被害は「対馬の宿命」と誰もが考えてあきらめていた。

この難題に立ち向かったのが陶山訥庵。1700年、元禄13年、まず島の北部からの山の尾根にそって東西に「万里の長城」のような柵を打つ。次にその中を柵で7つに小さく区分し、その一つ一つを各個撃破し、このやり方で9年かけて全島の猪8万頭を全滅させた。

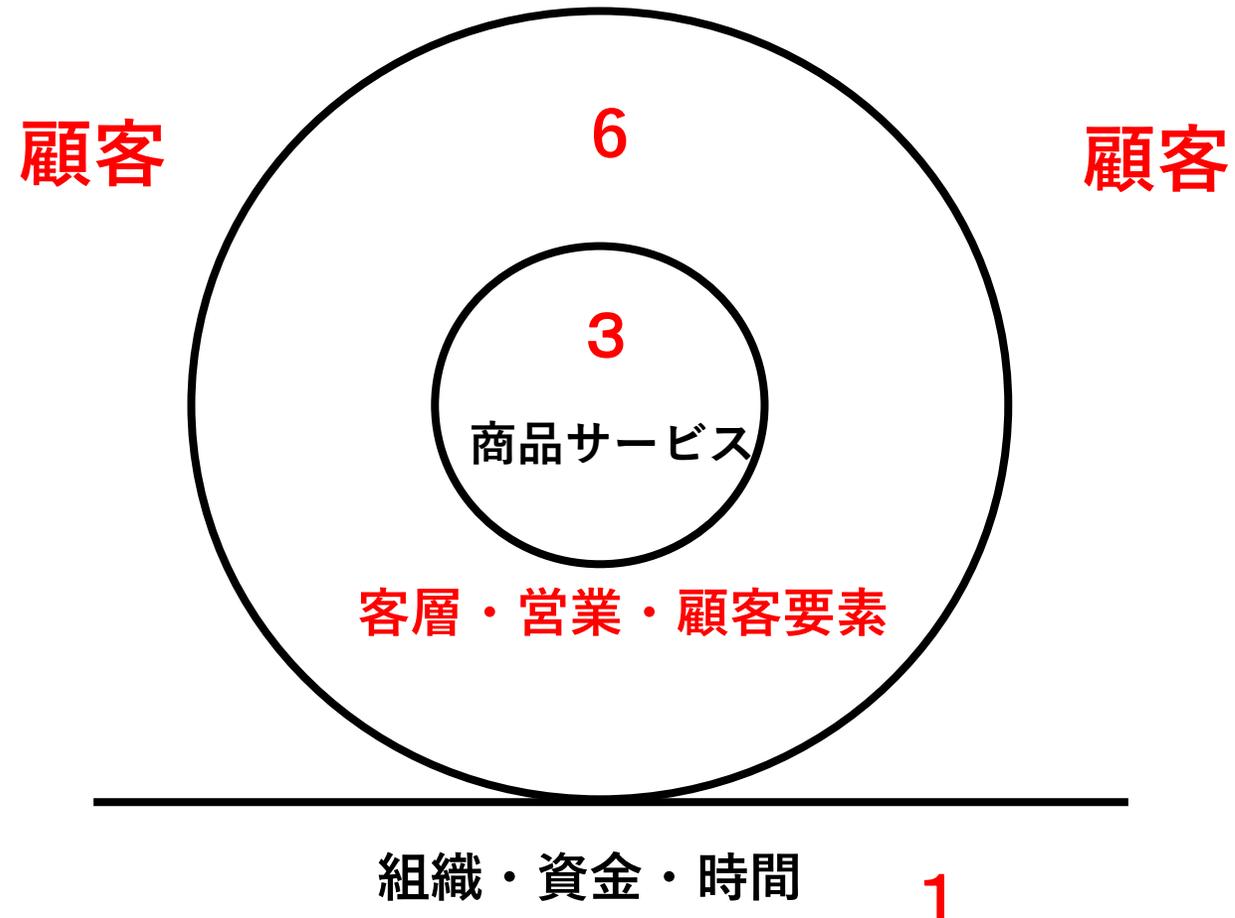
2. 営業活動のどこにフォーカスするか

1) 成長の8大要素

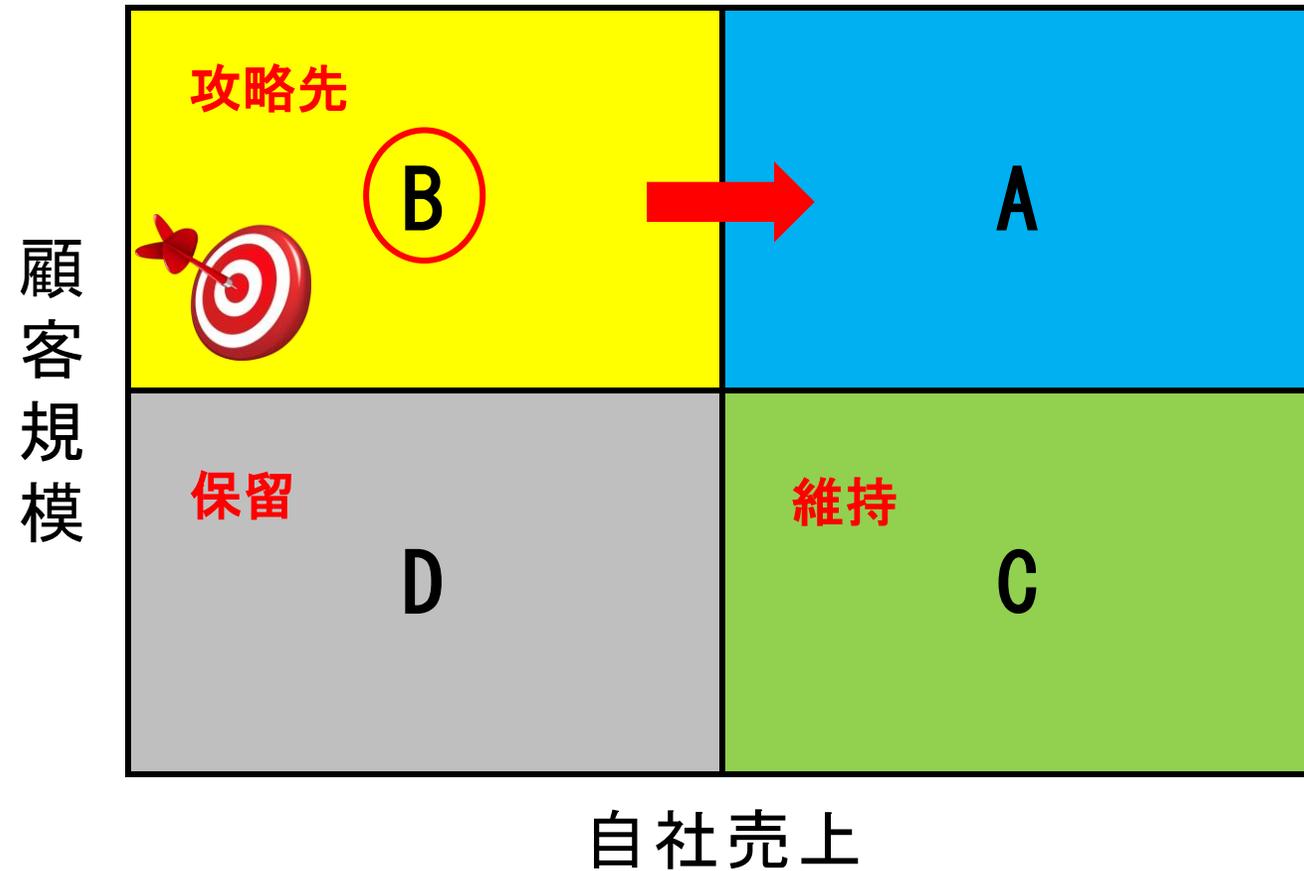


2) 顧客戦略が何よりも鍵！

顧客との接点の影響力が大きい



3. どの顧客にフォーカスするか



4. どうやってインスタシェアを増やすか

1) 攻略ステップを踏まえる

競合会社	現占有率%	奪取占有率%	結果占有率
A社	40	→ 15 → 45	25%
B社	25	→ 5 → 30	15%
C社	20	→ 7 → 20	13%
自社 D社	10	→ 13	45%
E社	5	→ 3	2%

2) 効率的な営業活動 (BtoB営業におけるBゾーン対策)

①階層別訪問計画

顧客名	実績		計画		訪問計画 (月訪問回数)		
	金額	%	金額	%	社長	部長	担当
A	3.2	3.6	8.4	9	1	2	8
B	2.8	3.5	8	10	1	2	8
C	2.5	5.1	7.4	15	1	2	8
D	1.9	3.2	6	10	1	2	8
E	1.3	2.2	4.8	8	1	2	8
F	0	0	3.5	5	1	1	4
G	0	0	3.2	5	1	1	4
H	0	0	2.8	5	1	1	4
計	11.7	-	44.1	-			

(%はインスタシェア)

②究極の営業活動効率化バケット管理

時間	月	火	水	木	金
9	朝礼打合せ	朝礼打合せ	朝礼打合せ	朝礼打合せ	朝礼打合せ
10	エリア1	エリア2	エリア1	エリア2	攻略先
11					
12					
13	昼食	昼食	昼食	昼食	昼食
14	エリア4	エリア5	エリア4	エリア5	攻略先
15					
16					
17	エリア3	エリア4	攻略先	エリア3	営業会議
18					

- ・ 訪問計画は前週末までに作成する
- ・ 少なくとも10バケット以上は営業活動

5. まとめ

- ①顧客との接点の活動が最重要です
- ②焦点を絞り、持てる力を集中しましょう
- ③インスタシェアを把握しましょう
- ④計画的に実行しましょう



第11回 未来ウェブ経営セミナー

儲かる会社 にしようじゃないか！

ビジネスモデルをデザインする

第1部 中小企業が実現できるビジネスモデルチェンジ

講師 未来事業株式会社 代表取締役 吉岡 憲章

第2部 ゼロからスタート「勝ち組企業」のビジネスモデル

講師 未来事業株式会社 執行役員 石黒 和男



2021年3月25日(木) 16:00-17:00

参加費無料 オンライン開催



ご視聴ありがとうございました

次回の未来ウェブ経営セミナーは下記URLよりアクセスのうえお申込ください。

http://www.mirai-j.co.jp/web_seminar.htm