

Title	経験の浅い営業担当者が初回訪問時に商談を次に繋げる為のプロセスとツールの提案
Sub Title	Proposal of process and tools for an inexperienced salesperson to connect next business negotiations at the first visit
Author	正嶋, 英理子(Hikishima, Eriko) 五百木, 誠(Ioki, Makoto)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2017
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2017年度システムエンジニアリング学 第256号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=K040002001-00002017-0018

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文

2017 年度

経験の浅い営業担当者が初回訪問時に
商談を次に繋げる為の
プロセスとツールの提案

疋嶋 英理子
(学籍番号 : 81534718)

指導教員 五百木 誠

2017 年 9 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

論 文 要 旨

学籍番号	81534718	氏 名	疋嶋英理子
<p>論 文 題 目：</p> <p style="text-align: center;">経験の浅い営業担当者が初回訪問時に 商談を次に繋げる為のプロセスとツールの提案</p>			
<p>(内容の要旨)</p> <p>近年、B2B(Business to Business)領域における対顧客活動は大きな変化を迎えている。これまでは、企業間同士、あるいは担当者同士の信用が重要視されてきたが、近年のビジネスを取り巻く環境が大きく変化し、買い手の抱える問題が多様化、高度化してきた。この為、製品やサービスを供給する側は、顧客と長期的な良好関係を維持するだけでなく、顧客の課題を一緒に解決する為の提案力が必要不可欠になり、営業担当者のスキルがより一層重要になってきている。しかし実際の商談現場では、多くの場合、顧客の現状を聞き出すことに精一杯で、聞き忘れや、断片的な情報を得るに留まり、それだけでは顧客の真のニーズを特定することは困難である。さらに、顧客の現状を理解していない為に、自社製品の機能を顧客の実務と関連づけて説明できず、製品紹介を中心としてしまう。その結果、顧客との相互理解ができずに、次の商談にも続かないという問題がある。このような状況を解消する為に、本研究ではプロセスとツールを提案することを目的とする。</p> <p>はじめに、実際に行われた商談や過去の議事録分析から、商談が進まない問題点を明らかにし、2つに分類することができた。「顧客のニーズを構造的に理解すること」と「自社製品の機能と商品の対応付け」である。この2つの問題を解決することで、営業担当者が初回訪問時に商談を次に繋げることができると考え、そのプロセスとツールを提案した。さらに、プロセスとツールを利用者が適切に利用できるように、質問補助リストも合わせて作成した。</p> <p>構築したプロセスとツールの検証は、3つの方法によりその理解性、利用性、有効性を評価した。①ワークショップ実施後のアンケート②有識者インタビュー（売り手のみ）③有識者インタビュー（売り手・買い手）によって行った。①の結果から、プロセスとツールが有効であるという傾向が得られた。さらに、プロセスとツールは経験の浅い営業担当者だけでなく、ベテランにとっても有効であることが分かった。②③の結果からも同様に、プロセスとツールの有効性は確認できた。改善点としては、もう少し具体的な利用方法の説明が経験の浅い営業担当者にとっては必要なことがわかった。また、プロセスとツールを利用後の、アウトプットの解釈の仕方を説明することも必要であることがわかった。</p> <p>以上の結果から、提案するプロセスとツールは、初回訪問時の商談において有効性であるということを確認することができた。</p>			
<p>キーワード（5語）</p> <p>経験の浅い営業担当者、プロセスとツールの提案、商談、初回訪問時</p>			

SUMMARY OF MASTER’S DISSERTATION

Student Identification Number	81534718	Name	Eriko Hikishima
<p>Title</p> <p style="text-align: center;">Proposal of Process and Tools for an Inexperienced Salesperson to Connect Next Business Negotiations at the First Visit</p>			
<p>Abstract</p> <p>In recent years, customer activities in the B2B (Business to Business) domain are undergoing major changes. Until now, trust between businesses or between people in charge has been regarded as important, but the environment surrounding business in recent years has changed dramatically, problems of buyers have diversified and advanced. For this reason, the supplier of products and services not only maintains a long-term good relationship with customers, but also the ability to propose solutions to solve customer issues together becomes essential, and the skills of sales representatives has become even more important. However, in an actual business negotiation site, in many cases, it is difficult to listen to the customer's current situation, it is difficult to hear or to obtain fragmentary information, and it is difficult to identify the true needs of customers by themselves. In addition, because we do not understand the current situation of customers, we cannot explain the functions of our products in relation to customer's practices, focusing on product introductions. As a result, there is a problem that mutual understanding with the customer cannot be made and the next business talk will not continue. In order to solve such a situation, the purpose of this research is to propose processes and tools.</p> <p>First, from the actual negotiations and the analysis of the past minutes, we clarified the problem that the negotiations will not proceed and classified it into two. "Understanding the needs of customers structurally" and "Associating functions and products of their products". By solving these two problems, we thought that sales representatives could connect business talks at the first visit. In addition, we created a list of assistance questions so that users can properly use processes and tools.</p> <p>Validation of the constructed process and tool was evaluated for its understanding, usability, and effectiveness by three methods. 1) Questionnaire after the workshop 2) Interview with experts (seller only) 3) Interviewed by experts (seller / buyer). From the result of 1), the process and tools tended to be effective. Furthermore, we found that processes and tools are effective not only for inexperienced salespeople but also for veterans. The results of 2) and 3) also confirmed the effectiveness of the process and the tool in the same way. As an improvement point, I learned that it is necessary for an inexperienced salesperson to explain a more specific usage method. It also proved necessary to explain how to interpret the output after using the process and tools. Based on the above results, we can confirm that the proposed process and tool are effectiveness in negotiations at the first visit.</p>			
<p>Key Word (5 words)</p> <p>Process and Tools, Inexperienced Salesperson, Business Negotiation, First Visit</p>			