

エンジニアのための B2B セールスマニュアル

エンジニアこそ、ビジネスや経営をしてみましょう

佐々裕一 著

はじめに

日本の経済は、バブル崩壊後の失われた20年と、最近ではリーマンショックなどの影響もあり、その低迷状況は一向に改善されません。私は、大学を卒業して以来、半導体の後工程であるテスト分野に関わって来ました（実際には、もう少し幅広く、半導体と電子機器の設計・テスト・解析分野に携わって来ました）。そういう面では、半導体・エレクトロニクス産業には、非常に強い思い入れがあります。しかし、日本の半導体・エレクトロニクス産業も、現在、大変な苦境に陥っています。特に、一時は世界を席巻して来た日本の半導体産業ですが、過去の強さ・繁栄など、見る影もありません。さらには液晶に代表されるフラットパネル産業も半導体産業の轍を踏んでいます。このため、半導体・エレクトロニクス産業においては、多くの工場が売却されたり、統合されたり、閉鎖されたり、経験豊富で優秀な中高年のエンジニアがリストラで職を失っています。1990年代には「電子立国 日本」ともてはやされていましたが、いまや、その地位を韓国や台湾に奪われてしまっています。そうなってしまう原因は、いろいろと考えられますが、技術創造力、技術開発力、エンジニアの能力や質で負けてしまったのでは絶対ではありません。私は、原因の一番目は、日本の国の仕組み（政治や行政）・ビジネス環境（特に税制）にあり、二番目は経営者のビジネス能力、経営能力の差だったのではないかと思っています。現在の半導体・エレクトロニクス産業の状況を見ると、明る

い未来を創造し、将来を掛けてみたいと考える若い人達は、あまりいないのではないのでしょうか。この様な状況は半導体・エレクトロニクス業界だけではなく、日本経済が低迷から脱却できない状況が続く中、若い人達に限らず全ての人が、日本の明るい未来を創造する事が出来ないのではないのでしょうか。

しかし、私は、半導体・エレクトロニクス分野はもちろんのこと、同様な状況にあるいろいろな分野において、現在でも世界に通用する素晴らしい技術を創造し、開発をしている人達は沢山いると思います。そういう技術をベースに商品・製品を開発・製造し、世の中に販売する事が出来れば、日本の経済の低迷は、すぐに解消して行くと信じています。私が深く関係して来ました半導体やエレクトロニクス分野においても、まだまだ、非常に興味深く、面白い技術などがあり、これまで以上に様々な所で活用される事による成長の可能性もあり、さらに近い将来、いろいろなイノベーションやビジネスチャンスが生じる可能性があると考えています。そういうチャンスを生かす事で、半導体・エレクトロニクス産業は、必ず、復活すると信じています。必要なのは、あらゆる産業分野で、新しいビジネスを創造し、作り上げていく事であり、それをサポートする日本独自の仕組みがあっても良いのではないかと考えています。

エンジニアの方で、自分でビジネスを始めたいと思っっている人も多いのではないのでしょうか。また、最近の大学では、産学官連携という事で、ベンチャー企業のスタートアップ等を支援したりしてい

るところもあり、学生の中からビジネスを行うという事に関心のある人も増えているのではないかと思います。

ただ、具体的にどうしたら良いのかわからない、ビジネスを始めるのは知識や経験もなく難しいそうだ、特にセールスは口八丁手八丁でないと出来ないのでは、エンジニアにはセールスは到底無理、等々で、なかなか具体的に前に進めない人が多いのではないかと、私は考えています。

さて、技術（エンジニアリング）をベースにしたビジネスは、セールスとエンジニアリングの要素の両方を十分に理解し把握して推進する必要があります。それを踏まえて本書では、エンジニアがビジネスを実践する上で必要な事は、唯一、「セールスとは何なのか」を理解する事であり、技術（エンジニアリング）をベースにした商品や製品のセールスは、特殊なセールスの才能が必要というわけではなく、誰でも実践が可能であるという事を具体的に示したいと考えています。また、本書で紹介しているセールスですが、私が実際に経験・実践した内容を基に構成されているので、B2Bセールスを対象としている事をご理解ください。

エンジニアの皆さんが、ビジネスを実践する上でのガイドになればと願っています。

2014年春

佐々 裕一

目次

第1章 セールスの基本と重要なポイント 11

セールスで重要な7つのポイント	12
ニーズ (Needs)	16
市場 (Market)	21
商品・サービス (Product & Service)	26
特徴 (Features)	31
競合 (Competitor)	33
戦略 (Strategy)	36

B2B Sales Manual

予想 (Forecast) 39

【私の訪問地・セールスの息抜きにー1】

オレゴン州ポートランド 52

第2章 販売見込み顧客のリスト化 55

お客様を見つける..... 56

販売見込み顧客 (Prospective Customer) 57

目標顧客 (Target Customer) 70

【私の訪問地・セールスの息抜きにー2】

カリフォルニア州サンフランシスコー1 71

カリフォルニア州サンフランシスコー2 73

カリフォルニア州サンフランシスコー3 75

第3章 セールスの基本的なステップ 77

セールスのステップと流れ	78
コンタクト	80
顧客訪問	83
ニーズの調査・確認	87
プリゼンテーション	89
プロポーザル	91
競合対策	93
予算化	97
受注	101
セールス活動の基本	103
組織的なアプローチ	107

【私の訪問地・セールスの息抜きに―3】

マサチューセッツ州ボストン ― 1

マサチューセッツ州ボストン ― 2

112 109

第4章 業務システム・経理システム 115

セールスに必要な社内システム…………… 116

見積書…………… 119

S O (Sales Order)…………… 121

P O (Purchase Order)…………… 124

資金繰り…………… 126

決算書 (貸借対照表・損益計算書)…………… 130

【私の訪問地・セールの息抜きに―4】

ワシントンDC―1 132

ワシントンDC―2 135

第5章 セールから経営に繋げる

139

セールの実践から経営へ……………140

決算報告書……………141

税法（国の税金の仕組み）……………145

【私の訪問地・セールの息抜きに―5】

ルイジアナ州ニューオリンズ―1 148

ルイジアナ州ニューオリンズ―2 151

B2B Sales Manual

おまけ「私の訪問地」特集

6	ネバダ州ラスベガス	156
7	カリフォルニア州ロサンゼルス	
8	ミネソタ州ミネアポリス	161
9	アリゾナ州フェニックス	163
10	コネチカット州ダンビュリー	165
11	ニューヨーク州ニューヨーク	167
12	ニュージャージー州アトランティックシティ	169
13	フロリダ州オーランド	170

155