

エネファーム販売の極意!

コージェネレーション・エネルギー高度利用センター、
コラボ共催「エネファーム普及セミナーより」

「エネファームは高くて売れない」は本当か——
コージェネレーション・エネルギー高度利用センター（柏木孝夫理事長）は5月30日、
都内で「第2回エネファーム普及セミナー」を開いた。
当日は、先行してエネファーム販売に取り組む都市ガス大手2社の現場担当者が、
300人を超える参加者にエネファーム営業の極意を伝授。
講演を通じて各講師が強く訴えたのは、
営業マン自身の「先入観」払拭と、顧客を選ばないことの重要性だった。

営業マンの 決裁者へのアプローチ手法

Dream Works & Key persons

Taiichi Yamasaki

自己紹介

初めまして
僕ってこんな人です





千葉ロッテマリーンズ4位指名選手

氏名 土肥 星也(ドヒ セイヤ)

生年月日 1995.7.7

位置 投手

所属 大阪ガス

身長/体重 186cm/82kg

投打 左投左打

担当スカウ 下敷領 悠太

ひとこと コメント

大型左腕。球威もあり、角度の良い直球を投げ込む。年齢的にも若く、まだまだ伸びしろを感じる。最速147キロのストレートにスライダー、カーブ、チェンジアップを組み合わせた投球で先発タイプ。



本題に早く行きたいため、超略歴

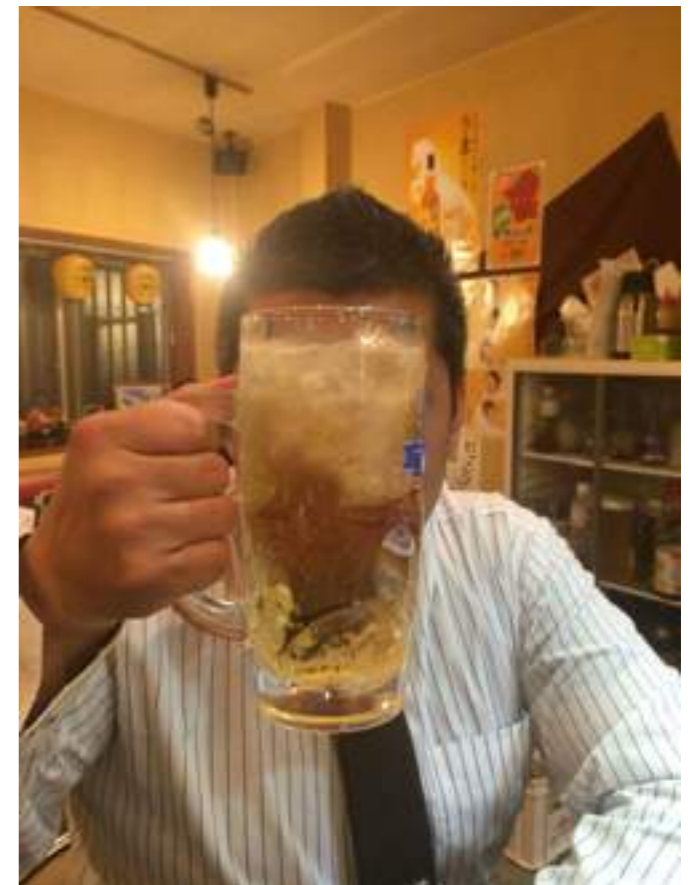
- ▶ 大阪ガス株式会社
- ▶ 法人営業（工務店へのガス化及び高グレード商材採用営業）
- ▶ 既築営業（代理店を経由しての家庭用営業）
- ▶ 検査部門（3年に1回のガス漏れ法定検査）

- ▶ $20年 + 6.5年 + 11年 + 1.5年 = 39歳$
- ▶ 営業歴13年弱
- ▶ 2017年 独立起業予定



DREAM WORKS & KEY- PERSONS

- ▶ 人とお話ししているのが大好きです
- ▶ 心を殺られる直前の後輩の相談をよく受けます
- ▶ 全国の心友たちと大阪でも各地でもよく集います
- ▶ めっちゃ話しそうと言われますが、意外と聴き上手です
- ▶ 中学校の時、登校拒否児でした
- ▶ 高校からは別の人間が僕を演じています
- ▶ 営業が大嫌いでした
- ▶ 人前で話すのが大の苦手でした





BEFORE

.....
高校 1 年生



AFTER

.....
高校 2 年生





鉄道が大好き

- ▶ JR全線の内、75%に乗車
- ▶ JR東海、四国はcomplete
- ▶ JR九州、西日本はもう少し
- ▶ JR東日本、北海道が課題





Taiichi Yamasaki

勤務先はどこですか？

The image shows two social media profiles side-by-side. On the left is an Instagram profile for 'elysion.no11' with 279 posts, 103 followers, and 100 following. The profile picture shows two baseball players. Below the name is a button that says 'プロフィールを編集' (Edit profile). On the right is a Facebook profile for 'DWK.Taiichi' (@dwk_taiichi). The bio describes him as an energy company salesperson and a 'heart-lighter' who organizes seminars and coaching sessions. The profile picture shows a group of people standing in a field.

Facebook、Instagram、Twitter、Blog、LINE

どこで繋がっていただいても大歓迎です!! よろしくお願いたします!!





ENE-FARM type S

次世代エネファームtype Sが、
世界最高を塗り替えます。

家庭用SOFCコージェネレーションシステムとして、
世界最高の発電効率*とともに誕生した「エネファームtype S」。

2016年、高効率をさらに極め、そして、よりコンパクトに、
より使いやすくなった次世代エネファームtype Sが生まれます。

さらなる進化で世界最高を塗り替え、暮らしをより豊かに彩っていきます。

*定格出力1kW以下の家庭用燃料電池で世界最高の発電効率です。
(平成28年2月24日時点の大阪ガス調べ)

ENE-FARM 累計5万台突破!

※販売開始以降の大阪ガス受注ベースでの総台数



大阪ガス株式会社にて、発電機を売りまくる30代

そんな中、気づき、築いてきた **「売り込まない営業」** とは？



次世代エネファームtype Sが、 世界最高を塗り替えます。



家庭用SOFCコージェネレーションシステムとして、
世界最高の発電効率*とともに誕生した「エネファームtype S」。

2016年、高効率をさらに極め、そして、よりコンパクトに、
より使いやすくなった次世代エネファームtype Sが生まれます。

さらなる進化で世界最高を塗り替え、暮らしをより豊かに彩っていきます。

※定格出力1kW以下の家庭用燃料電池で世界最高の発電効率です。
(平成28年2月24日時点の大阪ガス調べ)



※販売開始以降の大阪ガス受注ベースでの総台数

エネファーム + 太陽光発電 = ダブル発電

納入価 = 2,200,000円 (税抜)

**ハウスメーカーではなく
地場の工務店さまに如何に採用頂くかが私のミッション**

日本 No. 1 ハウスメーカー、積水ハウスさまは

関西では80%を超えるダブル発電の採用があります



Green First ZERO
グリーンファーストゼロ

2020年の暮らしを先取りする家

日本の豊かな四季を楽しみ、光や風、緑など
自然と共生する暮らし…
「グリーンファースト ゼロ」は、
そんな心地よい暮らしをベースに、
使うエネルギーを極力少なくする「省エネ」と、
家で使うエネルギーは自前でつくる「創エネ」をプラス。
いつも快適で、家計にも、環境にもやさしい暮らしを
「グリーンファースト ゼロ」が実現します。

[詳しくはこちら](#)

ENERGY CONSERVATION GRAND PRIZE
平成26年度
省エネ大賞
(製品・ビジネスモデル部門)
主催：一般財団法人省エネルギーセンター

地場工務店市場では

どうして採用が進まないのか、お分かりになりますか？

不採用理由

- ▶ ハウスメーカーと客層が違う
- ▶ ハウスメーカーと棲み分けしたい
- ▶ そもそもローンがつかない
- ▶ 建材価格高騰の折、価格転嫁できない苦しさ
- ▶ 坪単価〇〇円で、ネット検索の際に省かれる
- ▶ ガス屋は、お湯だけ作ればいい
- ▶ ガスって時代遅れ
- ▶ 発電とか、電気屋の世界に踏み込むな
- ▶ 営業部隊がない（販売会社に任している）

妄想 想像 創造

不採用理由は
本当なのだろうか？



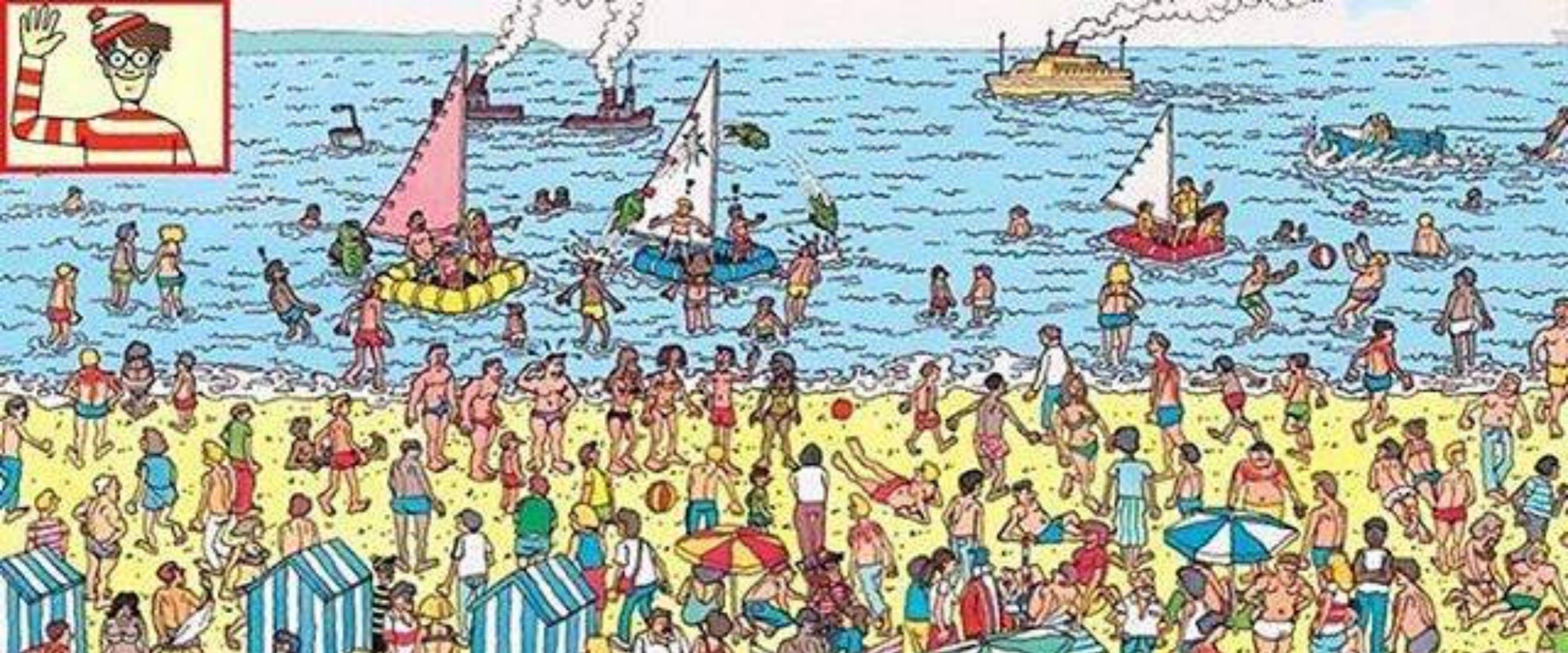
枚方市の大手ビルダーさま

- ▶ 大阪府枚方市を中心に年間100棟を供給
- ▶ 私どもの担当する工務店流通では大手の部類
- ▶ 現在までに2,500棟を超える供給がある
- ▶ オール電化も推進する坪単価が安いビルダー
- ▶ ガス化の場合も廉価給湯器採用
- ▶ 床暖房、浴室乾燥機はオプション扱い
- ▶ 購買部門が独立して存在しない
- ▶ 社長へのダイレクト営業が中心

**ダイレクト営業では
昨年までで3棟の契約のみ**

**従来 of 営業方法では
今年度の目標達成不可**

方法を変えるしかない



決裁権者を探せ

First-mission





ニーズという原点に立ち返る

- ・ 本質を捉える
- ・ 捉えれば、変化に対応可能

決裁者の見ている世界を想像する

- ・ 決裁者の立場とは
- ・ 決裁者の向こう側を見極める

消費者心理を理解、把握する

- ・ モノを売ることは
- ・ モノを買うことは

感情とストーリーの関係性

- ・ 情報の伝達方法
- ・ 情報過多の時代の泳ぎ方

データをどこに活かすかが重要

- ・ 過去データを参考にする
- ・ 過去データを参考にしない

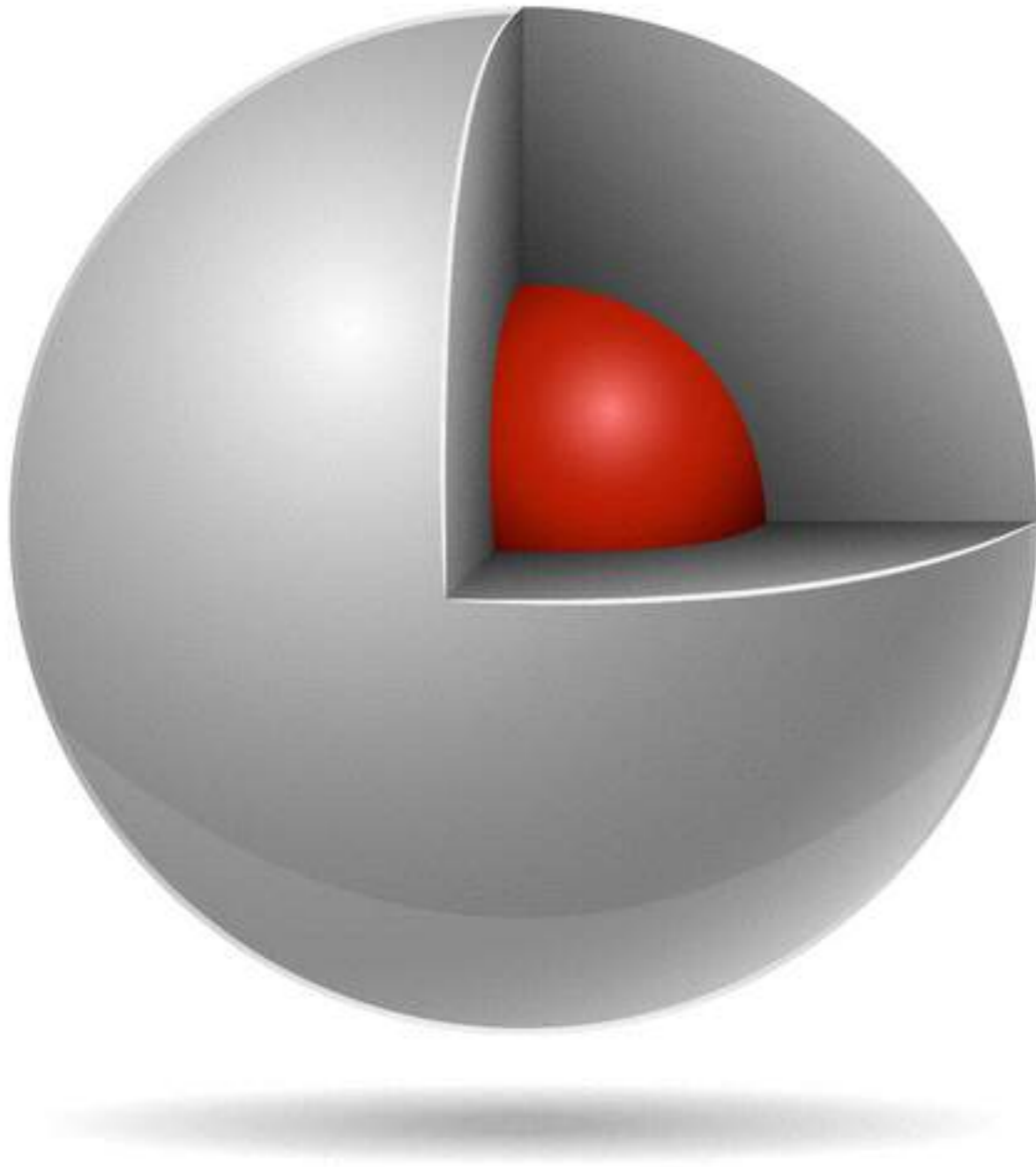
マンパワーの必要性

- ・ 「きく」の5段階活用
- ・ 「話す」の5段階活用

ニーズという原点に立ち返る

.....

- 本質を捉える
- 捉えれば、変化に対応可能



仲裁者の見ている世界を想像する

.....

- 仲裁者の立場とは
- 仲裁者の向こう側を見極める



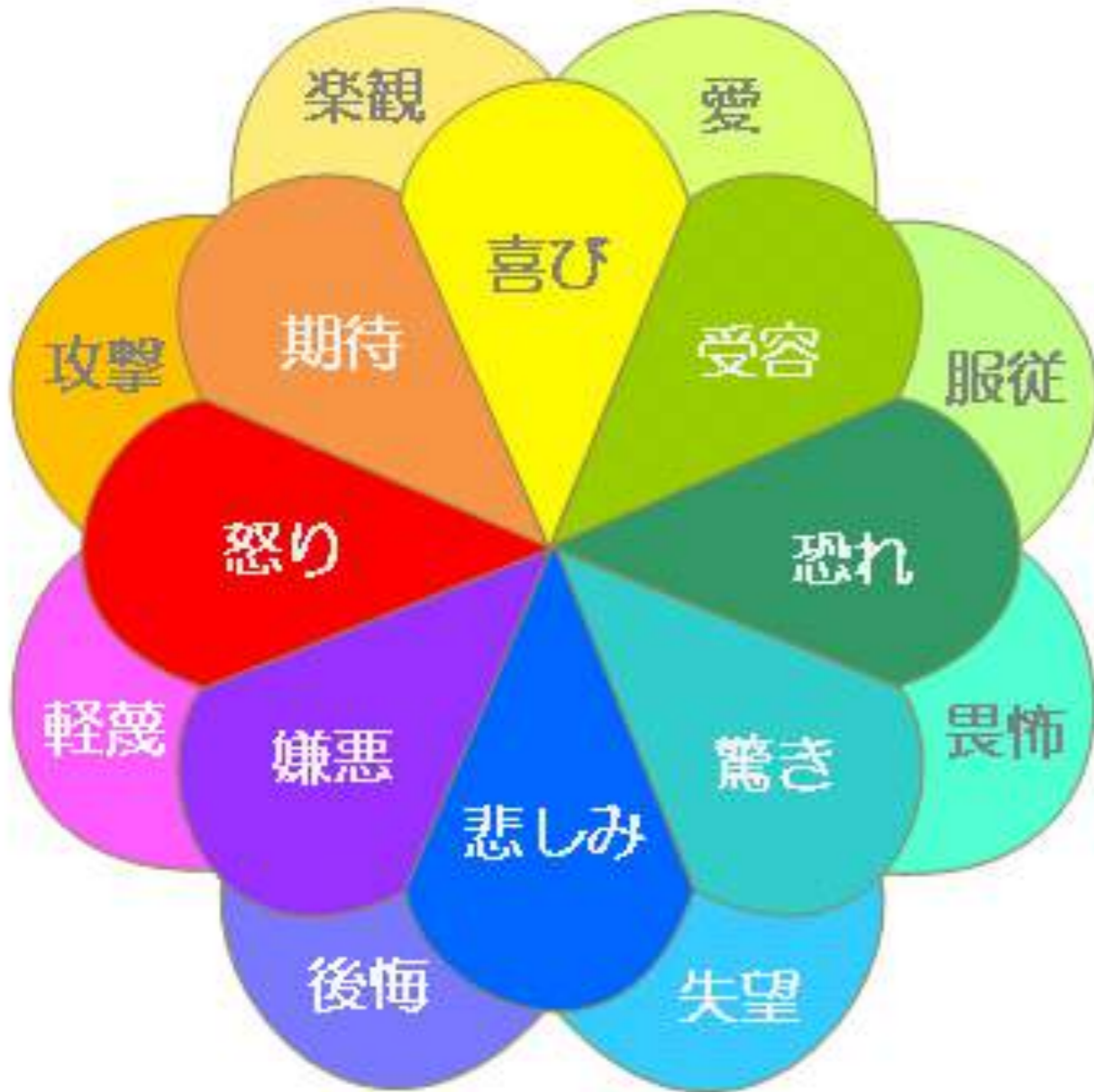
消費者心理を理解、把握する

- モノを売ることは
- モノを買うことは



感情とストーリーの関係性

- ・ 情報の伝達方法
- ・ 情報過多の時代の泳ぎ方





データをどこに活かすかが重要

-
- 過去データを参考にする
 - 過去データを参考にしない



マンパワーの必要性

-
- 「きく」の5段階活用
 - 「話す」の5段階活用

ニーズという原点に立ち返る

- ・家を売りたい
- ・単価を上げたい

決裁者の見ている世界を想像する

- ・企業存続
- ・差別化が図れる商品

消費者心理を理解、把握する

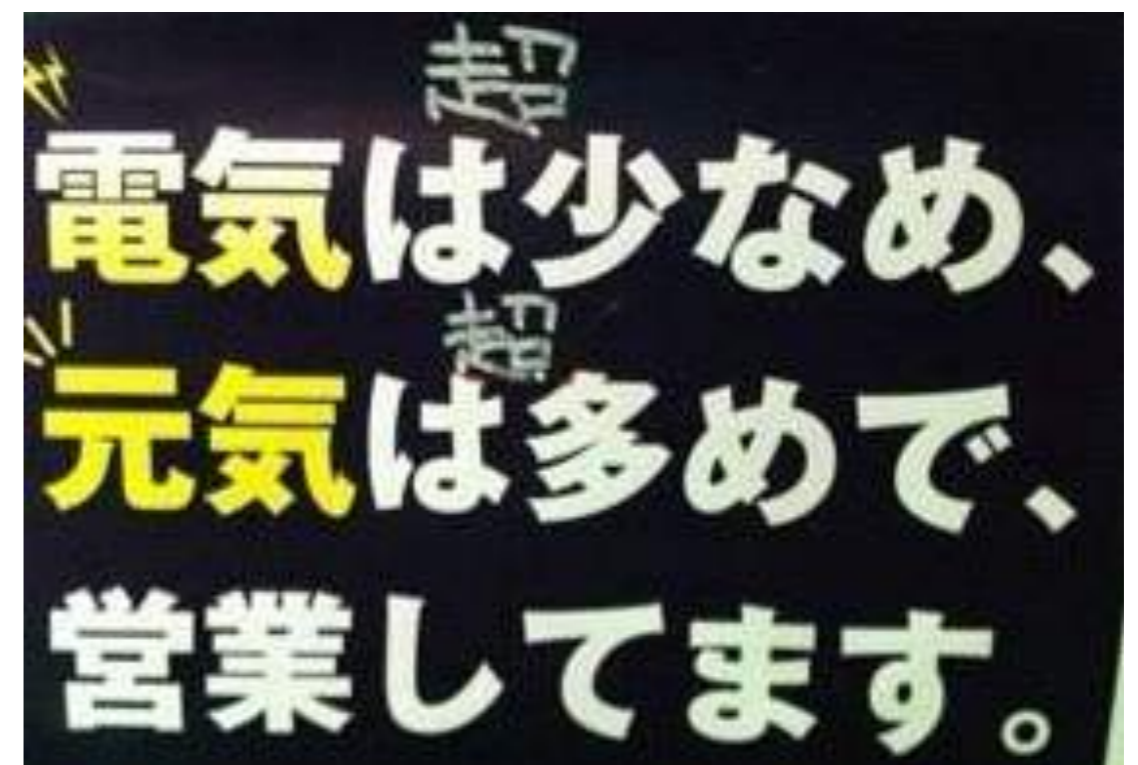
- ・心から、ありがとう
- ・説得ではなく、納得感を！

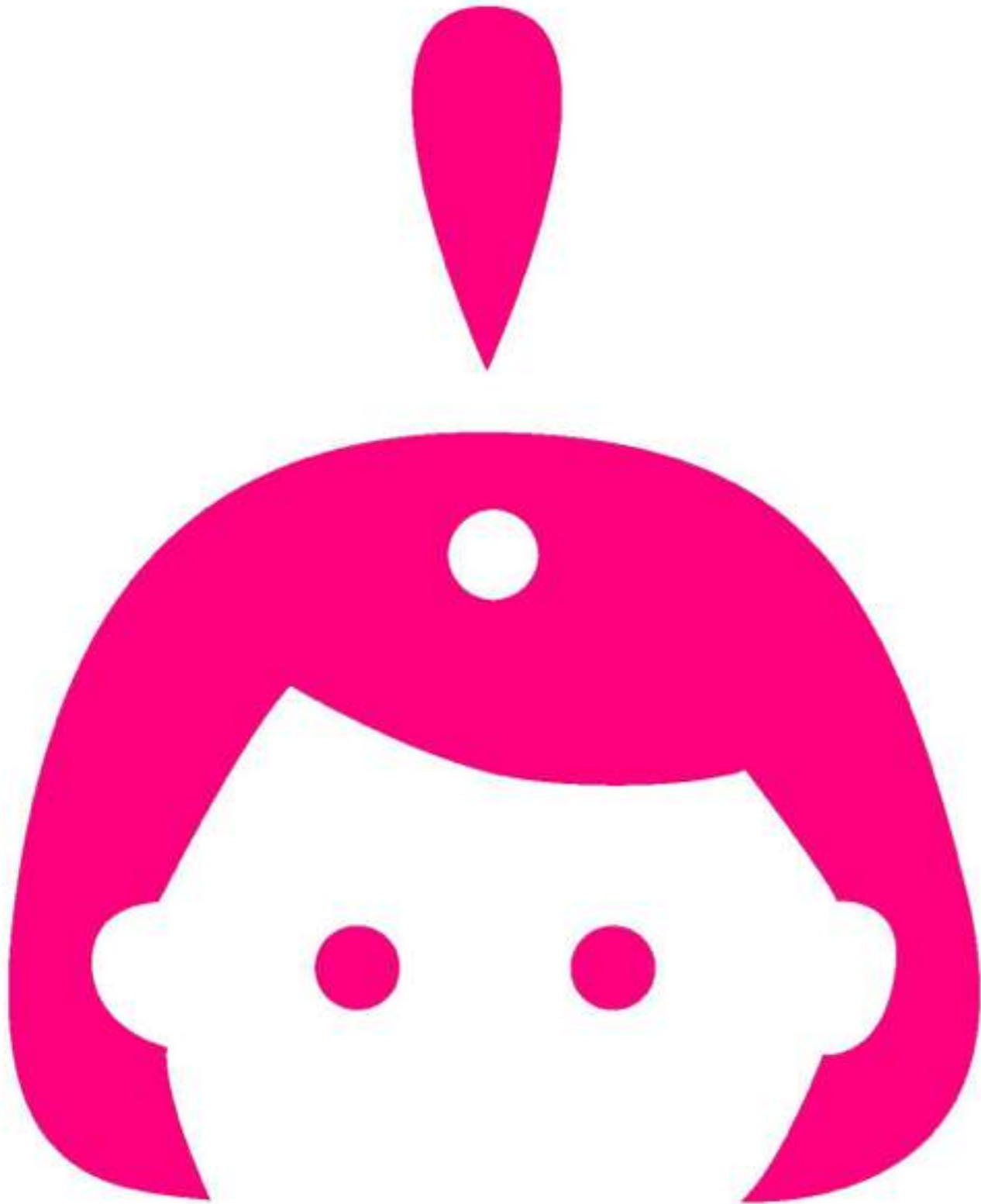
感情とストーリーの関係性

- ・営業マンの立場で話す
- ・敢えて選んでいただく

データをどこに活かすかが重要

- ・過去データ：歴史を知る
- ・未来データ：歴史を創る





工務部の事務スタッフさま

- ▶ 次期社長の能力
- ▶ 分社化を検討する現社長
- ▶ 工務部からリフォーム部へ
- ▶ 6,000万円/年を2億円/年へ
- ▶ 顧客単価20万円の壁
- ▶ 13万円給湯器の存在
- ▶ 船井総研の介在
- ▶ 仕組み構築できない風土
- ▶ 「力を貸して」ください・・・



社長でも常務でも部長でもなく
事務スタッフさんだった（驚）.....

Mさんから常務へ提案、採用となる

マンパワーの必要性

- 「きく」の5段階活用
- 「話す」の5段階活用



売ってはいけない

▶ 話してはいけない

▶ 「きく」に徹する

▶ 「知る」に徹する

営業マンあるある

自分が何を話そうか考えて
実は、ほとんど聞けていない現実

営業失敗の原因

聞いた 「つもり」

言った 「つもり」

伝えた 「つもり」

理解した 「つもり」

「きく」は5段階活用

- ❖ 聞く
- ❖ 聴く
- ❖ 訊く
- ❖ 利く
- ❖ 効く

聞くは5段階活用

- ❖ 聞く : 音としての認識
- ❖ 聴く : 多くの角度から理解して受け取る
- ❖ 訊く : 質問、問いかけ
- ❖ 利く : 上記3点を自分の利益に変換する
- ❖ 効く : 上記4点を使った未来を示す

決定権者と私

❖ 聞く

❖ 聴く

❖ 訊く

❖ 利く

❖ 効く



私が
心がけていること

「きく」の徹底



「きく」の基本形

- ❖ 笑顔
- ❖ うなずき
- ❖ 視線を合わせる
- ❖ あいづち
- ❖ メモ
- ❖ ボディ・ランゲージ
- ❖ 呼吸を合わせる

「きく」の基本形

- ❖ 笑顔
- ❖ うなずき
- ❖ 視線を合わせる
- ❖ あいづち
- ❖ メモ
- ❖ ボディ・ランゲージ
- ❖ 呼吸を合わせる



アドバイザーポジション

- ▶ メンテナンス部からリフォーム部へ
- ▶ お得意さまDM大作戦
- ▶ DM第2弾
- ▶ 商品力とニーズのマッチング
- ▶ 5年後と10年後の未来を見つめて



アドバイザーポジション

- ▶ メンテナンス部からリフォーム部へ

2億円達成計画へ参画（外部戦力）

- ▶ お得意さまDM大作戦

8年以内顧客へZEH提案

- ▶ DM第2弾

9年以上顧客へ買替 G-UP（ZEH）提案

- ▶ 商品力とニーズのマッチング

5年後の新築市場、10年後のリフォーム市場

- ▶ 5年後と10年後の未来を見つめて

5年後、国の基準達成、10年後、新たな売り上げ創出





大切にしていること

売り込まない営業マンになること





自分の目で確かめる、真実を知る目を鍛えること

答えは現場で起こっている、その事実を3つの目で見ること



自分進化塾

自分を知り、自分を磨き、自分の未来を創る、そんな私塾です

エネファーム販売の極意!

コージェネレーション・エネルギー高度利用センター、
コラボ共催「エネファーム普及セミナーより」

「エネファームは高くて売れない」は本当か——。
コージェネレーション・エネルギー高度利用センター（柏木孝夫理事長）は5月30日、
都内で「第2回エネファーム普及セミナー」を開いた。

当日は、先行してエネファーム販売に取り組む都市ガス大手2社の現場担当者が、
300人を超える参加者にエネファーム営業の極意を伝授。

講演を通じて各講師が強く訴えたのは、
営業マン自身の「先入観」払拭と、顧客を選ばないことの重要性だった。



エネファーム販売の極意!

コージェネレーション・エネルギー高度利用センター、
コラボ共催「エネファーム普及セミナーより」

「エネファームは高くて売れない」は本当か——
コージェネレーション・エネルギー高度利用センター（柏木孝夫理事長）は5月30日、
郡内で「第2回エネファーム普及セミナー」を開いた。
当日は、先行してエネファーム販売に取り組む都市ガス大手2社の現場担当者が、
300人を超える参加者にエネファーム営業の極意を伝授。
講演を通じて各講師が強く訴えたのは、
営業マン自身の「先入観」払拭と、顧客を選ばないことの重要性だった。



良きライバルと
出会えたことが
私を成長させてくれました

今日の出逢いも
大切にさせていただきます



今日の出逢い
ご縁に感謝いたします

Dream Works & Key- persons

Taiichi Yamasaki

