

# 目次

はじめに 2

## 第1章 営業の本質を理解しているか

1	営業の極意は「最後の90センチ」にある	12
2	潜在化されている顧客の情報を引き出す	16
3	顧客の「現実と理想のギャップ」を見つける	21
4	マネジャーの役割はチームを幸せにすること	27
5	覚えておいて損をしない営業のテクニクはある	31
6	ときには「遊び心」も必要	34

7 顧客一人ひとりに最適な提案をする

38

## 第2章 営業は「4つのM」のステップで成長する

8 「4つのM」の成長段階を意識する

46

9 「4つのM」の後半2つとは何か

52

10 顧客との「関係性と時間」を深める

57

11 お金という呪縛から逃れるには

62

12 「道」を「楽しむ」と「道楽」になる

67

13 ミッション、メッセージの段階とはどんなものか

70

14 神社やお寺に、究極の営業のヒントがある

75

15 優れた営業マンは組織とどうつき合っているか

80

16 営業マンとして、次のステップが見えてきた瞬間

84

17 自分のお金に執着しすぎない

88

### 第3章 がむしやらにやるべき時期も必要

- 18 話し下手もノルマも、自分のとらえ方次第で楽しめる
- 19 将来を見据えるとモチベーションが生まれる
- 20 がむしやらに営業する時期も必要
- 21 私のがむしやらに営業した時期
- 22 営業を楽しむ
- 113 109 105 98 92

### 第4章 すべての営業マンは専門家でなくてはならない

- 23 「和魂洋才」でステップアップする
- 24 苦い良薬を飲ませることも必要
- 25 木を見るのではなく森を見る
- 26 医者と営業マンは、何が違うのか
- 136 129 123 118

27	AIが営業のライバルになる時代	143
28	商品売ってもフィーが入らない時代へ	147
29	Withコロナの営業とは？	148
30	顧客を選ぶ	150
31	自分は何人の顧客と一生つき合えるのか	154
32	営業の醍醐味とは何か	158
33	特定の分野で専門家になり、「私利」を捨ててみる	163
34	専門家は自分自身の体験への投資を惜しまない	169
35	突出した専門家に求められるレベルとは	172
36	専門家を追及すると、最終的に人生観に行き着く	177
37	きつかった、ソニー生命の最初の2年間	181
38	営業マンは、ときに1匹オオカミになる	187

## 第5章 営業マンこそ「仕入れ」が必要

- 39 営業マンは常に情報を仕入れて、専門家にならない  
40 日頃からアンテナを立てておくと「仕入れ」が増える  
41 「人と逆のことをする」とヒントが得られる  
42 視点を変えると見えるものが変わる  
43 自分で体験した生の情報にこそ価値がある  
44 営業マンには「仕入れ」が大切。アンテナを張りなさい
- 218 212 208 204 198 194