

利益向上！

原材料費、光熱費、運送費等々、会社経営における経費が軒並み値上がりしています。さらには、多くの企業が給与を大幅アップしている中、自社だけ上げないわけにもいなくなっています。無理をしても人件費を上げざるを得ない状況です。

しかし、言うまでもなく原資には限りがあります。したがって、原資確保のため利益増が急務になっています。しかも**多少の利益増ではなく、全経費増を上回る利益増が必須です。**

利益を増加させるためには、2つの方法しかありません。一つは売上増による利益増、もう一つはコストカットによる利益増です。

効果が出やすいのは後者のコストカットです。確かに、不要なコストは削減することは重要です。しかし、本来は削ってはいけないコストをカットすることは避けなければなりません。目先の利益増にはなりますが、中期的には必ず利益減を生みます（例：採用投資、教育投資）。

したがって、売上向上による利益増が必須です。

しかし、原価が上がっている以上、これまでと同じ金額で売っていたのでは、思うような利益増にはなりません。そこで、必ず必要となるのが“値上げ”です。営業担当者には値上げ交渉力が求められます。

しかし、値下げに慣れてしまった業界は以下のような不具合が出て、なかなか値上げに成功しません。

値引きに慣れた業界の営業弊害例
1. 安くすることがCSと安易に考えている
2. 最初からルール限界値引きを提示する
3. にもかかわらず、さらに値引いてしまう
4. 「その価格は無理です」と明言できない
5. 強く言うと、値引く営業と思われる
6. 値引き交渉の術を知らない
7. 値引きを認めない上司や会社に不満を持つ

また、実は、値上げ交渉は、価格交渉力だけを強化すれば良いわけではありません。あるべき姿は、値引きを要求されない関係を日頃から構築することです。また、個別の効用訴求も重要です。つまり、商談力や人間力が必須です。

しかし、**値引きになれた営業は、商談力や人間力をレベルアップする意欲が乏しく、価格以外での差別化ができなくなっています。**

しかも、この状態では、仕事にやりがいを感じなくなるでしょう。退職を生む原因ともなりません。

弊社では、値上げ交渉力のみならず、お客様との関係構築力・商談力を修得する研修を数多く実施しています。もちろんクライアントの業界特性や商習慣にマッチした内容です。是非、ご興味ある方は、ご連絡を下さい。

> お問い合わせはこちら

