

社労士事務所の 「契約力」 「経営力」 UPセミナー

アックスコンサルティング
広瀬元義



(出典：FIVE STAR MAGAZINE 総務省統計局「経済センサス」)

参考：<https://hiroakifuruoya.hatenablog.com/entry/2018/07/23/161925>



- **金槌は、柄と組み合わさって初めて機能する**



○ 金槌は、柄と組み合わさって初めて機能する



○ 鉄の部分は、資格や知識

○ 柄の部分は、マーケティング、契約力、
コミュニケーション力、経営力





社労士事務所のHP（3C）

- 全国社会保険労務士連合会

<https://www.shakaihokenroumushi.jp/about/tabid/203/Default.aspx>

- 社労士相談（創業手帳）

<https://sogyotecho.jp/syaroushiirai/>

- 社会保険労務士に依頼するときの相場

<https://imitsu.jp/cost/social-insurance/article>

- 渡辺社労士の例

<https://www.office-nabe.com/>

- 社労士に依頼

https://www.biz.ne.jp/service/inquiry.html?key_goods=3_0&lump_md=LUMP&ln=comdata&comid=14213



● 社労士は、何で評価されるか？

- 皆さんの仕事は、
何屋さんですか？（価値は）
- 気づかせることについて



○ マーケティングとセールス違い

マーケティング

-

セールス

-



経営計画書を作ろう



- 経営計画書とは何か？
言葉と数字で未来を語る
- MVVSGとは
 - Mission
 - 役割、使命
 - Vision
 - 将来の展望
 - Value
 - メンバー共通の価値観
 - Strategy
 - 戦略
 - Goal
 - 長短期の目標

所長の契約力を高めよう

- 1) プロセスと売上の方程式
- 2) 契約力を高める方法
- 3) 契約力とは
- 4) 集客編
- 5) 商品説明編
 - a) ヒアリングの場である
 - b) プレゼン編
 - c) 競合がいる場合の対処
- 6) 契約編
 - a) 小規模企業と中規模企業
 - b) クロージングのポイント
 - c) 契約に有利な場所で
 - d) 値下げ要求について
- 7) 言葉を持て



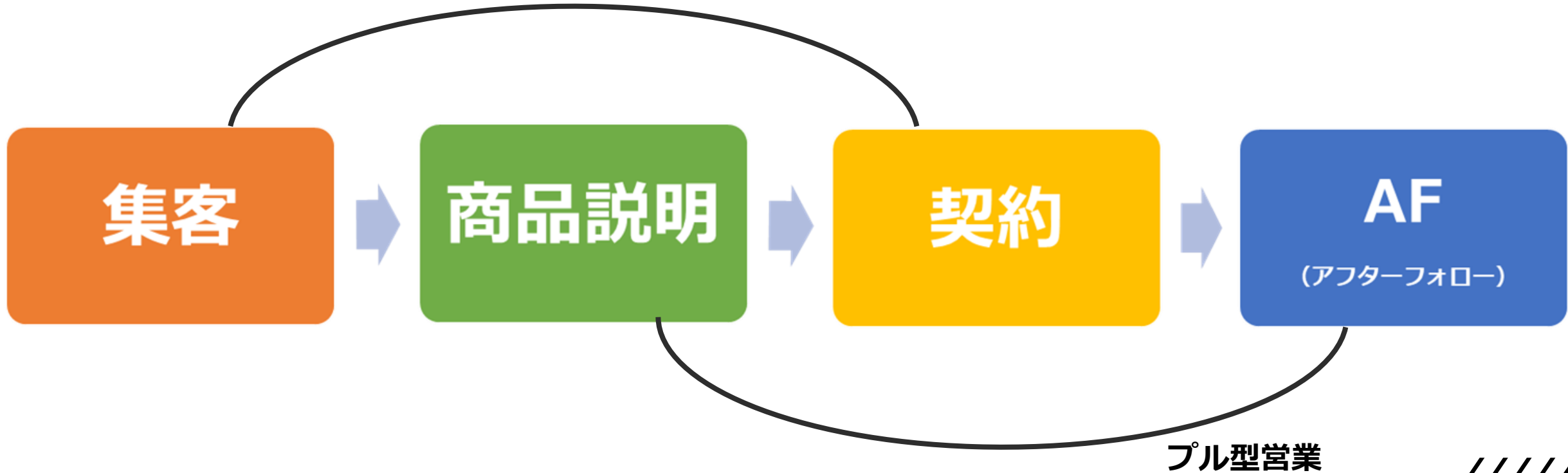
○ 1) プロセスと売上の方程式





1) プロセスと売上の方程式

プッシュ型営業





2) 契約力を高める方法（考え方を変える）



- 自利から他利へ 自分目線からお客様目線へ



- お客様のビジョンを達成する
（自分のビジネスは、ソリューションビジネスである）
- 自分は医者である

○ 3) 契約力とは

「ぜひ先生にお願いしたい」と決断させる能力

ヒアリング⇒ビジョンの共有⇒プレゼンテーション⇒クロージング

○ 2つのポイント

①ギャップを埋める

相手に合わせる。「賢者は聞き、愚者は喋る」

要は、相手がどう思うかである。ラポールを築く

②クロージングをするべきなのか、しないべきなのか。

※ お客様は差し障りのない断り方をする。もう二度と会わない。

○ 3) 契約力とは

契約力をアップさせる理由を明確にする。
売上に対してのインパクトがある。

契約力アップに着手しない理由

- ・ 1年にそう何度も商談の機会がないから。
- ・ 今までは紹介中心で、それほど必要なかった。
- ・ 今でもそれほど重要だと感じていない。
- ・ 自分自身苦手だと感じている。得意ではない。
- ・ 顧客は営業して勝ち取るものだという認識はない。



4) 集客編

- Web系マーケティング
- お客様の紹介
 - ツールを使う
(本が一番いい)
- 保険会社などの営業マン
- 他土業





5) 商品説明編

a) ヒアリング編

【核心部分を聞く】

- 契約力へのファクター
 - 表面的な答えに対して 「たとえば、どういふことですか？」
 - 次の答えに対して 「なぜ、そう思われるのですか？」

• 目的：ニーズ、背景・理由を聞き出して、そこに対しての強さを示す。
ここで重要なのは、①たとえばどういふことか ②なぜそう思ったのか

- プライベートな質問はすべきか？

⇒聞くべき（差し支えない程度で）

自分に興味を持っている先生と、契約したい。

- どうやって聞いていくのか。

「差し支えなければ、お聞きしたいのですが・・・」で始める。

これであれば、たいていの質問はできる。



5) 商品説明編

b) 提案（プレゼン）編

- お客様のニーズに合致しないことを話さない
とにかく、お客様のニーズに合った話ができているか、できていないかが一番影響する。
就業規則の話永遠としてしまった。
「お客様の求めていることは何か？」⇒それに対し、「これができます。」と伝える。
- お客様の利益を説明する
事務所継続実績は、お客様にとって全然関係ない。
実績があるので、何ができるのかということが非常に重要。
事例で話す。
- 利益の説明
機能よりも、メリットよりも、利益
「機能」：助成金の契約件数が多い。就業規則が得意。
「メリット」：資金繰りがよくなる。社員が会社を誇りに思う。
「利益」：社長の手元に現金が残る。社員が辞めない。
- 利益を語るよりも、利益を質問する。
利益を語る < 利益を質問する。
先生が語るよりも、お客様が利益を話した方が、記憶に残る。
⇒契約につながる。



5) 商品説明編

c) 競合がいる場合の対処

- 相見積の場合など、
競合をストップさせる場合：
安いからといって、早く決めてしまうと、あとあと損するかもしれませんので、じっくり考えてから決めた方がいいです。
- 金額を伝えるタイミング
1回目なのか、2回目なのか？
⇒1回目の面談で必ず金額を見せる。
- プレゼン資料は、しっかりと準備する。
他事務所に後れをとってしまう。



6) 契約編

a) 小規模企業と中規模企業

	小規模企業（年商1億円未満）	中規模企業（年商2-3億円以上）
営業期間	短期	長期
意思決定	面談中	会議等（立ち会えない）
関係者	少数（素人）	多数（専門的）
行動特性	衝動的（説得）	理性的（信頼）
訪問目的	受注	次回アポイント
ニーズ特性	必需品的（必要性）	嗜好品的（なくても困らない）
キーポイント	顕在ニーズの発見	潜在ニーズの顕在化
価値のバランス	低価格—高品質	問題の大きさと対価
セールストーク	説得されやすい	セールストークを嫌う
顧客の関心	問題、不安	解決、目標達成
重要スキル	クロージング力	ヒアリング力
スタッフ	できる！	難易度高い



6) 契約編

事務所にあったクロージングの言葉を用意する

- クロージングのポイント
事務所にあったクロージングの言葉を用意する。
「うちでお手伝いさせていただきませんか」
「ご契約をさせていただきませんか」
「ご契約書をお作りしてもよろしいでしょうか」
「資料をお預かりしてもよろしいですか？」
「何か、まだわからない点がありますか？」
「この金額でさせていただきます。いかがですか？」
- メリット
 - いざというときに、スッと言葉が出てくる。
 - 少し遠回しな表現を用意しておく。
 - 同行したスタッフが言う。
- 重要なこと
 - 小規模企業と中規模企業の2つに分類を分ける。
 - 相手にあった、クロージングを行う。



6) 契約編

- 契約に有利な場面で契約する。
訪問と来所、来所の方が契約率が高い。最大限、事務所に来てもらえるお客様には、来てもらう。
「資料を持ち帰る」は有効か？⇒非常に強力！
資料を持ち帰って、契約にならなかったことは1件もない。
チャンスがあれば、そのテクニックは使うべき。

どういうときに、クロージングの言葉を使うのか。
お客様が利益を話したら、即座にクロージングに入る。

事例：聞いていく。

事例：スタッフにこういうものがいる。今までよりもコミュニケーションが楽にならないか。
中国人スタッフ（中国語で話せるし）
非常に契約につながっている。



6) 契約編

値下げ要求された時・・・

安すぎる価格を提示してしまった。

かたくなな姿勢を示したため、客を取られてしまった。

後悔最小化の原理。

後悔を繰り返して、料金設定をする。

⇒どちらに転んでも、後悔しない料金設定にしておく。

値引きに対する準備：

- ・ 加減の金額（最低値引き）を決めておく。
- ・ 値引きがあるという前提で、すこし高めの金額設定・料金表を準備しておく。
- ・ 料金の正当性は示しておく。（信用をしてもらわなければならない）
- ・ 仲介者だけには、下限の金額を伝えておく。



6) 契約編

最悪のケース：値引きをしたのに、契約を結べなかった。

対策⇒事前に言質を取っておく。お客様に値段を言わせる。

「この値段だったらご契約をいただけますか？」

「半分にしろと言われたら無理ですが、いくらぐらいだったら・・・」

「1万引けと言われるのは無理ですが、」

⇒大幅な値引き要求が言われたら、そこで終わりである。

⇒防止策を駆使する。

【防止策】

- ・サービスの価値をPRする。

⇒値引きしないという姿勢で臨む。

「私たちは、この価格とこのサービスに自信があります。」



7) 言葉を持って

テクニックだけでは当然十分ではない。
根本は、考え方にある。
どういう考え方を？

- ・ 確固たる自信がある。
- ・ お客様の課題を絶対に解決する。
- ・ 私と契約して絶対に損はさせない。

契約力がなければ事務所の成長はない！