

イノベーター理論×製品ライフサイクル 実践BtoB営業戦略ガイド

このガイドは、note記事「あなたのBtoBマーケティング、ターゲットを間違えてない？...」で解説した理論を、**実際の営業現場で活用するための実践的な手法**に落とし込んだものです。

BtoB営業において、商談の成功率を高めるために、目の前の担当者（キーマン）のタイプを見分け、製品の時期に合わせた最適な提案戦略を実行する方法をまとめています。

また、担当者タイプと製品ライフサイクルがマッチしない場合でも、提案の切り口を変えることで対応できるようまとめています。

1. 複数の参加者がいる商談での基本戦略

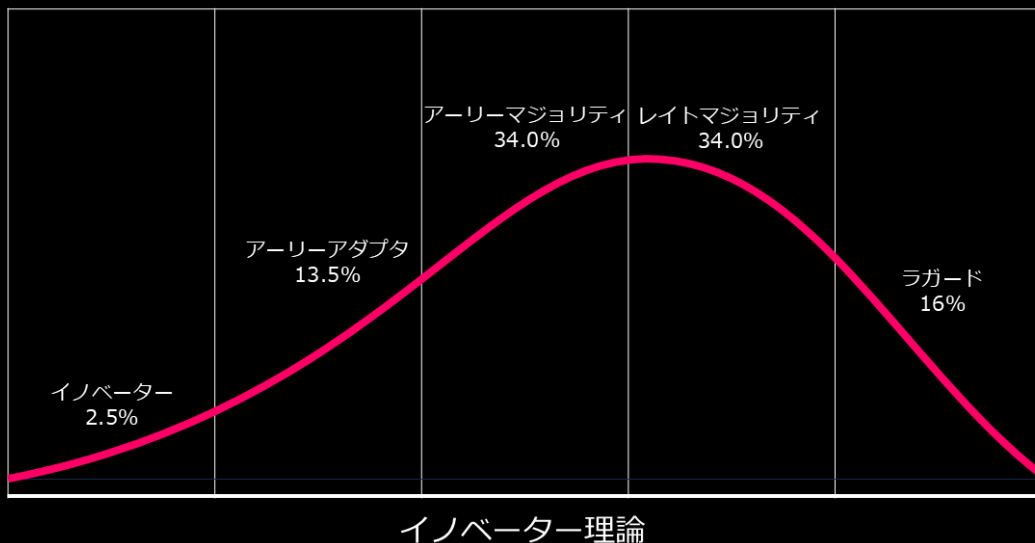
複数の担当者がいる場合、最も重要なのは「誰が意思決定者（キーマン）か」を特定することです。

基本戦略：

キーマンのタイプ（イノベーター理論上のどの層か）を特定し、**そのキーマンが最も納得するマトリックス戦略**を軸に提案を進めます。

補完戦略：

キーマン以外の参加者（特に現場の利用者や財務部門）に対しては、彼らが持つ「不安」や「懸念点」（例：使いこなせるか、予算は合うか）を解消するための**安心材料**を忘れずに提示します。



2. キーマン（担当者）のタイプを見分ける質問術

商談相手がイノベーター理論のどの層に属するかを推測するための、具体的なヒアリングの質問例です。

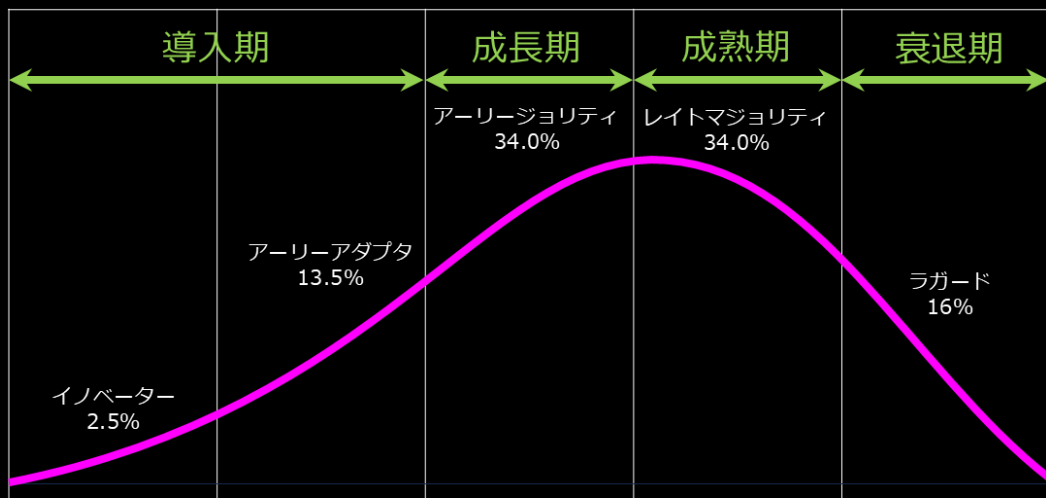
ターゲットタイプ	質問例（問いかけ）	相手の反応・答えの傾向
イノベーター	「最新技術の情報は、どのような 独自ルート でキャッチされていますか？」	「海外の論文」「自分でPoCを試す」「未発表の情報を追う」など、最先端への関心が強い。
アーリーアダプター	「 同業他社 の成功事例や評判は、どのように集めていますか？」	「業界のキーパーソンからの口コミ」「専門メディアのレビュー」など、 流行の兆し を重視する。
アーリーマジョリティ	「新しいシステム導入で、 失敗しないために 最も重視されるポイントは何ですか？」	「他社での実績」「標準的な機能」「具体的なメリット（安全性）」など、 安全と多数派 であることを確認したい。
レイトマジョリティ	「現在のやり方を変えることに、 どのような抵抗感 がありますか？」	「価格が高いのは困る」「操作が複雑になるのは避けたい」など、 リスク回避と価格感度 が高い。
ラガード	「今回、 なぜ このタイミングで検討を始められたのですか？」	「法規制で必須になった」「取引先から要求された」など、 変化を嫌う受動的な動機 。

ポイント

相手の回答から、彼らが「**革新性**（新しさ）」を求めているのか、「**実用性**（メリット）」を求めているのか、「**安心感**（多数派）」を求めているのかを判断しましょう。

3. 製品の時期と担当者タイプ別 営業戦略

製品のステージと担当者のタイプが合致しない場合でも、このマトリックスを参考に、提案の「切り口」を変えることで対応できます。



イノベーター理論 × 製品ライフサイクル

ターゲット	導入期（まだ認知度が低い）	成長期（市場シェア拡大中）	成熟期（競争が激しい）	衰退期（次の製品へ移行の時期）
イノベーター	共創・技術 PoCや共同開発を提案し、技術の革新性を最優先に訴求する。	連携・拡張 最新技術や新機能との連携、カスタマイズの自由度を強調する。	差別化・高度利用 定番機能の応用や、既存製品をベースにした競争優位性の追求を提案する。	次期製品への移行 次期製品や代替技術への移行を促し、現製品はデータ活用に留める。
アーリーアダプター	影響力・先行者利益 早期導入のメリット（競合優位性）と、影響力のある成功事例を提示する。	実用性・ROI 競合との具体的な比較、投資対効果（ROI）を明確に示し、トレンドに乗っている点を強調する。	効率化・応用 運用コスト削減、専門的な利用方法、効率的な活用法を提案する。	限定的な継続 現行製品の分析機能やデータ活用を提案し、保守サービスの重要性を説く。
アーリーマジョリティ	リスクヘッジ 手厚いサポート体制や、失敗しないための保証を強調し、導入手順を丁寧に解説する。	安心と普及 業界標準になりつつある実績（導入社数など）を強調し、信頼性と安全性を訴求する。	価格と利便性 費用対効果の高さ、誰でも使える操作性、キャンペーンや割引などのお得感を提案する。	安定運用 既存システムの安定運用とメンテナンス、またはトラブルのないリプレイス計画を提案する。
レイトマジョリティ	現状維持の課題 既存のやり方を変えないことのリスクを客観的に提示し、最小限の変更を提案する。	圧倒的な実績 「みんなが使っている」という圧倒的な導入実績と社会的な普及度を強調する。	徹底的な安心感 既存システムとの互換性、価格優位性、手厚い保証やサポート体制を最優先で伝える。	完全な安心 長期の保守契約や、使い慣れた機能を継続して利用するためのサポートを重視する。
ラガード	必須の理由 法規制やセキュリティなど、 変更が避けられない理由 を提示し、最低限の対応策を提案する。	義務化・標準化 業界のスタンダード、変更しないことによる具体的なリスクを、客観的なデータで示す。	安定の継続 長期的なサポート体制、慣れた使い方を維持するための保守・修理、予備部品の確保を提案する。	保守・メンテ 従来の仕組みを長く使い続けるための保守・修理、移行を伴わない延命策を提案する。

資料が、読者の皆様のBtoB営業活動における確かな指針となれば幸いです。