



# オブジェクト指向技術者の 営業スタイル



恵まれない現場のOO技術者へ

# ケーススタディ

## ■ 岡田君

- 00系 / 技術に熱心
- 本を月に2万円程度は買う
- 製品は自分で理解して納得したもののみ
- プロとして一定以上の品質とメリットをお客様に提供したい
- 休日も技術習得に当てている
- 口癖は「そらそうよ」

## ■ 落合君

- 滝系 / 技術は必要なだけ
- 技術書は必要なときだけ(ほぼ買わない)
- 製品選定はカタログを調査して
- 技術的なことはアウトソーシング
- 社員として責任をまっとうする
- 休日まで会社のことはしない



# 岡田君と周囲の状況

- プロジェクト / アプリケーション / SS
  - 燃えにくい、変化に強い、正直で正確
- 会社
  - 評価は普通
- 上司
  - 使いにくい。狭い分野しか対応できない
  - 売上げが少ない。もっと視野を広めてくれれば。
  - 技術能力は高いがこだわりを捨ててくれれば...
  - たまに提案してくるが意味がわからない
- 客先A (多数)
  - 岡田君は技術的に非常に信頼できる。評価はとても高い
- 客先B (大多数)
  - 商談なし、スポットの仕事では気に入られることもある
- 同僚
  - 変わった人、よく知ってる人
- パートナーA
  - 岡田さんはわれわれの技術力を評価してくれる
- パートナーB
  - 難しいことをいう、プライドが高くて困る
- 家族
  - 自分の好き勝手やってる
  - 家庭すらいない





# 落合君と周囲の状況

- プロジェクト / アプリケーション / SS
  - 燃えやすい、変化に弱い、カタログスペックを把握
- 会社
  - 評価は高い
- 上司
  - いろいろな案件に対応できる
  - 売上げが高く部に貢献している
  - 使いやすい
  - 部の方針を忠実に遂行してくれる
- 客先A (少数)
  - プロジェクトを最後まで熱心にやってくれる。評価は高い
- 客先B (多数)
  - プロジェクトを最後まで熱心にやってくれる。評価は高い
- 同僚
  - 部のエース
- パートナーA
  - 技術的なことはわかってないが任せてもらえる。人としては
  - プロジェクトはたいていこんなもので普通
- パートナーB
  - うちを信頼して任せてもらえる
- 家族
  - 家族を大切にしたい満点パパ



# 岡田君と落合君の状況

## ■ 落合君

- 上司からも信頼されプロジェクトをいくつも任される
- 社内での立場も向上している
- 技術力があまりないことも気にもとめられない

## ■ 岡田君

- プロジェクトを選ぶ感じでなかなかはじめからプロジェクトをやれない。なかなかプロジェクトやれない。
- 技術力があるため、燃えてるプロジェクトにプロジェクト途中から参画ばかり
- たまたま最初からできたプロジェクトは評価が高い



# そんな岡田君が報われるためには営業しかない

- OO営業テク OOを売りにしない
- OO営業テク プロジェクトが始まる前に
- OO営業テク とにかく事例
- OO営業テク 教育を営業に
- OO営業テク 名前をつける
- OO営業テク 仲間をつくる



## OOを売りにしない

- 自分からすると周りのメンバーができないOOができるのはすごい強みと思うのでそれを売りたい
  - お客様は基本的にOOはいらん
  - お客様の要望にこたえるためにOOを使うというスタンスにする
  - JavaやC#やWebLogicがめっちゃめっちゃできます。





# プロジェクトが始まる前に

- いつも燃えているプロジェクトに途中参画のため、いつまでたってもできません
  - 上位マネージメントにJavaやC#を強いことをアピール(00じゃない)
  - JavaやC#のプロジェクトは始まる前にSSで方向性を指導したほうがよいとアドバイス
  - というわけで、プロジェクトの前から参画して、00を前提にする





## とくかく事例

- オブジェクト指向プロジェクトの事例がほしいが**オブジェクト指向プロジェクト自体の需要がない**
  - まずオブジェクト / 非オブジェクトにかかわらず、C# や Java の事例に**参画する** (例えクラス名が連番であっても...)
  - C# や Java の経験があるとでかい顔をして、**それをやるにはオブジェクト指向しないと意味なしと説明**



# 教育を営業に

- JavaやC#で効果を出すにはオブジェクト指向が必要と言っても理解してもらえない
  - 営業でキーマンをオブ脳に
  - 社内の全統括マネージャレベルからすべてオブ脳に



## 名前をつける

- 自分の方がお客様最適なソリューションのはずなのに競合に負けた
  - ソリューションに**名前をつけてみる**
  - **ツール**を担いでみる
  - 自分にとって**当たり前**のことを**凄いことのように言う**
  - お客様に**選択肢を与える**が、どこかでオブジェクト指向が使えるようにしておく



# 仲間をつくる

## ■ 仲間がいけません

- 希望者に教育して仲間を作る
- 仲間自体も教育できるようにする
- 中期計画を手伝って事業部の方針にする
- 自分と違うタイプを仲間にする
- 仲間を作ると自分の持っていなかった視点を教えてもらえることがある

