

## コンサル事例 新規事業の営業力を組成する！ dfiProjct\_0012

### プロジェクト実施の背景

- ある大手住宅メーカーの新規事業推進のために営業を組成することになった
- これまでと商品とお客さまが違う
- 新しい営業手法を導入する必要がある
- 従来の営業手法が身についた営業職にいかにより新しい手法を身に付けさせるかが課題

### プロジェクト実施の目的

- 新しいマーケティングに基づく営業プロセスと手法の開発
- 各営業職が新しい営業手法を理解し実践できるようにする
- テストマーケティング期において見直し再構築する

### 進め方 (プロジェクト)

- 競合も含めた類似の営業を展開する企業における営業実態の徹底した調査分析の実施
- 事業計画に基づく営業プロセスの開発
- 現業の営業評価のあり方を見直し再構築、そして調整
- マーケティング実施計画として作成
- テストマーケティング期におけるアセスメントの実施と再構築

#### <何をしたか～ キーになったアクション～ >

- 配属されてきた営業職が新しい営業手法を習得するためのワークショップ型の研修
- テストマーケティング期における各営業職との個別面談による、できる、できない、できた、できてない、できない、できていないの障害の明確化、その対応策の抽出
- 営業プロセスの徹底したデータベース化とその評価 分析
- テストマーケティングでの顧客分析の徹底

### プロジェクト成果

- やるべき営業モデルが構築された
- 当初設定したいくつかの数値目標の過半数以上が達成された
- 結果主義からプロセス主義への転換ができた
- なぜ顧客や商品が変われば、多くの営業が成果を出せないのかが明確になった
- 営業活動の中で、どんな施策 (プロモーション等)を展開すればよいか分かった
- 商品の顧客、市場にとっての価値評価ができ、どう売ればよいか明確になった
- 今後何をせねばならないかが明確になった