

## コンサル事例 :営業の前に営業棚卸し! dfiProjct\_0015

### プロジェクト実施の背景

- ある特許をもった海外メーカーの日本展開のために営業支援をすることになった
- これまで少人数で営業をしていたが、成果がなかなかあがらなかった
- 営業手法を改善する必要があった
- 従来の営業手法の課題抽出とその効果的な改善が緊急課題にあった

### プロジェクト実施の目的

- 効果的かつ成果のでる営業力アップの手法の見直し
- 海外親会社の意向に沿った形での手法が必要であった
- 短期間での成果が求められた

### 進め方 (プロジェクト)

- これまでの歩みを徹底確認し、うまく進んだものとそうでないもの背景をヒアリング
- 同行営業にて営業手法と営業進め方を実地確認
- 潜在、健在営業先のリストアップアップ
- 売るもの、売り方、なにが売れたらよいか (利益)、そのためにどうしたらいいかを棚卸
- 営業ツールの全面見直し

#### <何をしたか~ キーになったアクション ~ >

- 代理店向け、エンドユーザー向け価格表を整理
- 商品案内企画書を、パンフレットと商品ガイドライン (冊子)へ変更
- 顧客選別をやめ、テーマ選別に絞り、エンドユーザー向けへの営業へ絞った
- 事例集を作成し、代理店へ配布

### プロジェクト成果

- うまく進んでいなかった営業が整理され、なにをすればよいか明確になった
- 商品の用途が多岐に渡るため自信のなかった営業に自信がもどった
- 少数精鋭の営業での成果が改善された (引き合いがくるようになった)
- 価格対応力に課題があることが明確になった (本社意向のため改善できず)
- 引き合い対応がスムーズになり事務処理効率があがった
- 事例集が事例を呼び込み営業スタイルが確立
- 今後何をしていく必要があるかが明確になった