

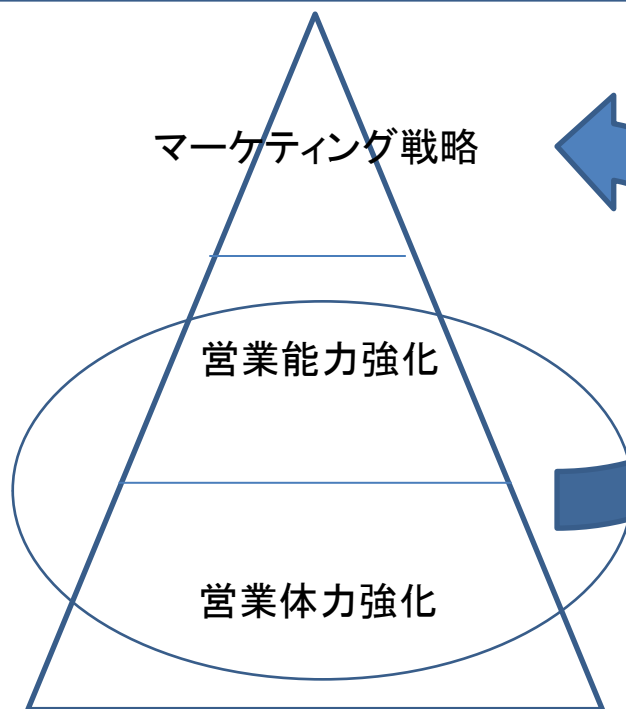
営業強化コンサルティング

(ここでは「一点集中突破営業コンサルティング」を中心にご紹介)

こんな企業様に

- 「マーケティング戦略」を作ってみたが、全く機能していない
- 社員の営業力を強化したい
- 営業系社員が忙しすぎて疲弊している
- 営業活動が散漫になっている、或いは、惰性化している
- 減収が続いている

まずは「営業能力強化」と「営業体力強化」



中小・中堅・ベンチャー企業様の
場合、まずは「営業能力」と
「営業体力」を強固にすること
から着手

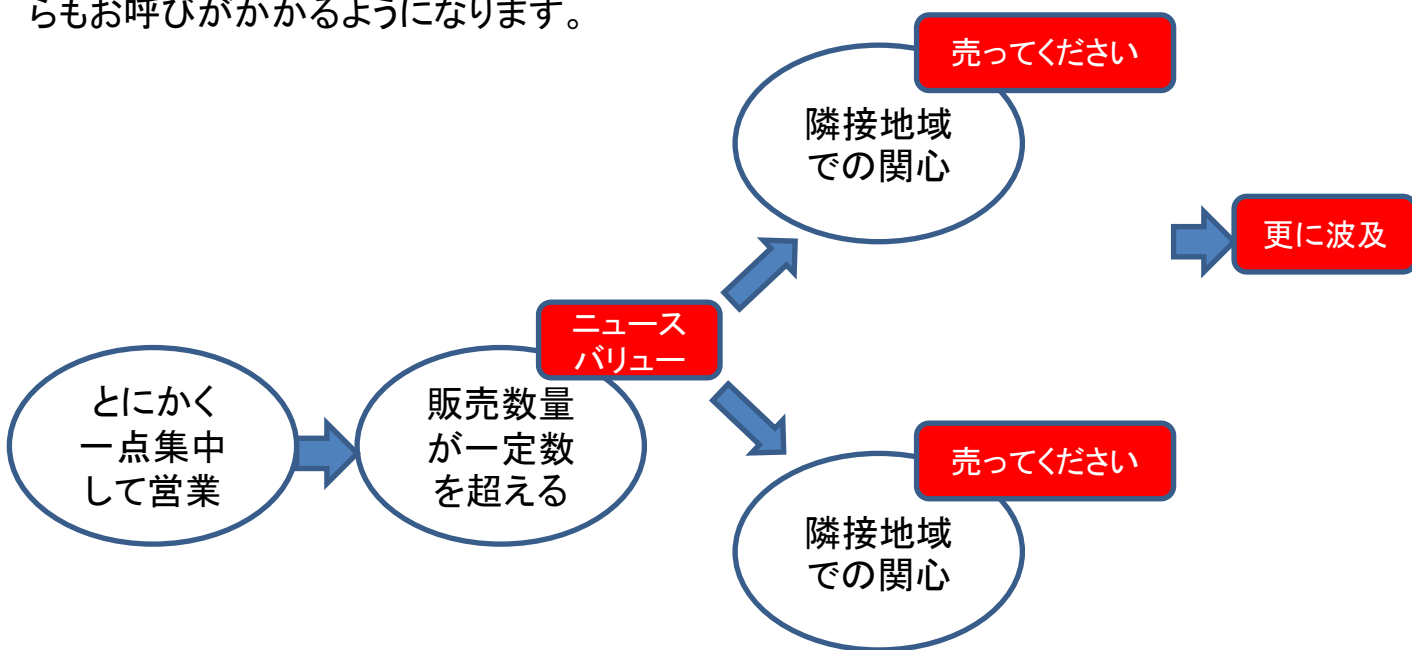
業績が安定し、社員に余力が
あるときに、マーケティング戦
略を立案

- 「マーケティング戦略」を立案するためには、マーケティングリサーチが必要です。しかし、当月/当四半期の売上を作っていないかなくてはいけない中小・中堅・ベンチャー企業様には、リサーチに割いている余裕がないところが大半でしょう。
- 営業力強化は、顧客ニーズ把握能力、顧客リレーションシップ構築能力、プレゼン能力など多岐に渡ります。別の機会にご説明申し上げます。
- 大企業と比較し、中小・中堅・ベンチャー企業様は、営業系社員が少ない、つまり、営業体力が弱いのです。営業系社員を大量に新規採用するか？営業系社員に2倍働いてもらうか？何れも現実的ではありません。その打開策として、お薦めするのが、**一点集中突破営業**です(⇒次頁へ)。

一点集中突破営業(地域一点集中の事例)

質問です。貴方が新聞記者だとします。北海道から沖縄まで日本全国で1万個売れた商品A、〇〇県〇〇町だけで500個だけ売れた商品Bがあるとします。どちらにニュースバリューを感じるでしょうか？そう、圧倒的にBのはずです。日本全国で1万個売れている商品など山ほどあります。一方のBは「〇〇県〇〇町でブーム！」と、地方新聞の経済欄の記事くらいになるでしょう。まずは、〇〇県〇〇町に一点集中して営業するのです。営業マンの人数が少なくとも、十分対応可能なはず。一定数以上売れた瞬間、それは**ニュースバリュー**となります。

ニュースバリューとなれば、マスコミを呼び、新聞やテレビで取り上げてもらいましょう。それは〇〇県〇〇町の**周辺**に伝わります。「うちの会社にマスコミなんて来ませんよ」という場合は、チラシを**周辺**にまきましよう(ネットやSNSを併用しても良いかもしれません)。**周辺**を赤い文字にしたのは、**一点集中が拡大を始めるポイント**だからです。〇〇県〇〇町の隣にある△△町は、「なぜ〇〇町だけで売っているのだ、なぜうちの△△町でも売ってくれないのか」と思うはず。つまり、「**買ってください営業**」ではなく、「**売ってください営業**」ができるのです。これで、営業体力の弱さのハンディは、相当克服できるはず。そして、更に隣の町へ、隣の町へというプロセスを踏めば、やがて噂が飛び火し、他県からも呼びがかかるようになります。



- 以上は、実際に或るB2C商品で実施したものです。
- 「地域一点集中」以外にも、「顧客一点集中」など、商品特性や地域特性を考慮し、様々な手法をオーダーメイドします。
- **当事務所代表の野中は、チラシ・キャッチコピー作りまで、現場にドブクリ漬かりサポートします。現場で思わぬ営業上の問題点を発見することもあるためです。**