



(今回のテーマ)は

## 売れない時代を勝ち抜く営業活動の基本とは

お客様とお会いする時の参考情報としてご利用ください

世界的な不況の中で、売上は大幅に減少し、収支の悪化等企業を取り巻く経済環境は厳しさを増しています。その中で、収支を赤字にしないための売上を維持するためには、営業力の強化が不可欠です。現今のように供給が需要を上回っている時代には、客観的なデータにもとづきシステムティックに、体系的に、重点的に営業活動を強化することが求められています。

まずは、業界動向、取引先や競合先の状況等市場のリサーチによる「現状の分析」が必要です。

次に、どの取引先を重点的に攻めるか、どの部分に経営資源を集中するか等の「営業戦略」の作成とそれに基づく重点取引先や重点エリアの設定等「具体的営業活動計画」の作成が必要です。

この場合、得意先への訪問基準を設定し計画的な営業活動をすること、取引先のセグメンテーションや取引先から入手した情報の管理等がポイントとなります。

さらに、計画倒れに陥らないように、月別、日別管理、進捗に対する動機づけやフォローを徹底すること、すなわち、営業活動計画に対する「目標管理」の実施です。

以上は営業体制の問題ですが、その中で個々の営業マンはどのように行動するのでしょうか。

営業力は、営業マンの営業時間と、営業能力を掛け合わせたものです。

前者は「具体的営業活動計画」の中でいかに効率的な訪問を行うかということです。

後者は「現状分析」にもとづく業界情報・競合先情報に関する知識や自社製品・他社商品に関する知識を十分に習得し、取引先のニーズを把握し、それに対する提案していく力、さらに取引先に自社の商品の特色をうまく伝えたり、ニーズを聞き出す交渉力・会話力等が必要と言えます。

営業とは訪問すること、訪問することによっていろいろな情報を収集して持ち帰り、加工して取引先へ再び情報を提供する、この繰り返しが成果を生む基本です。成功させるコツは、口先が上手とかの問題ではなく、取引先が何を考え何を欲しているか、探り当てようとする営業マンのやる気の問題と言えます。

いずれにしても、営業力の強化には、システムティックな営業体制の整備と、営業マンのやる気を起こさせる仕組みづくりが重要です。

(参考情報)「JRS経営情報」の中から、次に掲げるコンテンツを参考にしてください。

人海戦術から営業戦略にもとづくシステムティックな営業活動へ	(2008-0302)
得意先への訪問基準を設定し計画的な営業活動を行う	(2008-0318)
営業マンは自社製品をよく知り顧客にうまく伝えねばならない	(2008-0349)
提案営業は顧客の抱える課題やニーズの把握から始まる	(2008-0311)
目標と実績のズレが大きい、営業の予実管理のポイントは何か	(2008-0330)
営業活動の効率を上げる9つのやり方	(0106-0634)

( )内は情報番号です

皆様が、お客様から相談を受けた時、「JRS経営情報」をちょっとした参考情報として提供されればお客様から喜ばれることは必定です。

なお、お客様にコンテンツをご提供する場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。

また、お探しの情報が不明な場合はご照会ください(0120-89-0240)。