

取組み事例

▶テーマ

営業戦略を学びより顧客を理解し結果、販路拡大、売上アップを目指す。

▶講座参加の目的

今までは、工場でのメッキ加工を主に、生産・研究・試作などを行ってきたが、メッキ加工を顧客に説明することや、営業戦略を考えたことがなかった。また、今まで本格的に営業活動を実施してこなかった。営業を始めて数カ月間(講座を受ける前)は、過去に取引のあった顧客にただ名刺とパンフレットを渡して待っているだけの営業活動しかしてこなかった。

▶今回講座を受けて実施したこと・変わったこと

- ①アカウントプランの作成
- ②案件管理表の作成により、現状案件の可視化
- ③売り物別・顧客別に売上・工場の稼働率をまとめ現状の可視化

▶講義および上記の現状の可視化を実施することで変わったこと

- ①講義を受けて感じたこと、得たこと、気づいた点：自社を知る、顧客を知る、自社製品を知る、顧客の課題や問題を聞く、自社の強みと弱みを知る
- ②アカウントプランを作成してみて、顧客のことを知っていたようで知らない点が多々あり、より顧客に興味を持って提案活動をする必要があることがわかった。
- ③案件管理表(図1)・工場の稼働率のまとめから、案件の種類を把握し、どの案件に注力すべきか、重要であるかが見えてきた。現状の工場稼働率を可視化したことで、自社の受け入れ状況を把握したうえで顧客と交渉ができるようになった
- ④顧客別売上別管理を実施したことで、顧客に対する見方が変わってきた

▶今後の課題

今後は可視化できた情報を現場と共通認識して案件を進めていくかが課題である。また、稼働率と原価の可視化を実施し、顧客に向け効率の良い営業戦略を計画することが必要である。原価プロジェクトにも参加して各製品ごとの収益性も可視化したうえで、営業戦略を立てていく。また、今期中に実現できなかった主要顧客に対するエグゼクティブコールを実施することで、より顧客を理解する活動を実施していく。

図1 案件進捗管理表

顧客名	担当営業	案件進捗管理表												案件名
		1月1日	1月15日	2月1日	2月15日	3月1日	3月15日	4月1日	4月15日	5月1日	5月15日	6月1日	6月15日	
U社	SH													1月10日
N社	SH													1月10日
O社	SH													1月10日
V社	SH													1月10日
T社	SH													1月10日
S社	SH													1月10日
O社	SH													1月10日
Y社	SH													1月10日
W社	SH													1月10日
B社	SH													1月10日
C社	SH													1月10日
T社	SH													1月10日
V社	SH													1月10日
SW社	SH													1月10日
TK社	SH													1月10日
KK社	SH													1月10日
YS社	SH													1月10日
AP社	SH													1月10日
WI社	SH													1月10日
SK社	SH													1月10日
AK社	SH													1月10日
YGS社	SH													1月10日
SN社	SH													1月10日
KO社	SH													1月10日
TI社	SH													1月10日
H社	SH													1月10日
HA社	SH													1月10日